

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data yang dibutuhkan kemudian melakukan analisis data menggunakan *software* SPSS 25, maka dalam penelitian ini terdapat sebuah kesimpulan beberapa hasil penelitian dengan judul Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Kualitas Konten *Instagram* terhadap *Brand Awareness Followers Instagram* Erigo, peneliti lakukan sebagai berikut:

1. Berdasarkan acuan rumusan masalah yang telah ditulis pada BAB I, maka hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *variable electronic word of mouth* berpengaruh **signifikan** terhadap *brand awareness followers Instagram* Erigo. Berarti semakin efektif *electronic word of mouth* yang dilakukan pada akun *instagram* Erigo, maka akan semakin tinggi tingkat kesadaran merek terhadap produk Erigo.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas konten *Instagram* berpengaruh **signifikan** terhadap *brand awareness followers Instagram* Erigo. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas konten yang diunggah pada akun *Instagram* Erigo berpengaruh baik yang dapat memperkuat kesadaran merek produk Erigo.
3. Terdapat pengaruh secara **simultan** dari *Electronic word of mouth* dan Kualitas Konten *Instagram* terhadap *Brand Awareness Followers Instagram* Erigo.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Perusahaan Erigo tetap konsisten dalam mempertahankan *Electronic word of mouth* dan Kualitas Konten *Instagram* karena dapat meningkatkan kesadaran merek atau *Brand Awareness* kepada konsumen sehingga konsumen menjadi lebih mengenal dan dapat meningkatkan keinginan untuk membeli produk dari Erigo. Kemudian perusahaan Erigo pun perlu terus secara kreatif menyampaikan pesan-pesan dengan konsep konten yang menarik agar mudah diterima oleh

konsumen dan disebarakan kepada orang lain mengenai keterangan produknya, karena dengan begitu berdampak konsumen menjadi lebih mengenal produk Erigo serta dapat merekomendasikannya kepada orang lain sehingga dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk Erigo.

2. Saran lain dari peneliti untuk peneliti lain yaitu, apabila menggunakan variabel yang sama dengan penelitian ini, maka disarankan agar lebih rinci dan mendalam untuk membuat indikator dari setiap variabel dengan menyesuaikan situasi dan kondisi pada objek penelitian.

