

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Word of Mouth* (X_1) adalah signifikan pengaruhnya terhadap Kesadaran Merek (Y_1).
2. Variabel *Word of Mouth* (X_1) adalah signifikan pengaruhnya terhadap Persepsi Kualitas (Y_2)
3. Variabel *Word of Mouth* (X_1) adalah signifikan pengaruhnya terhadap Loyalitas Merek (Y_3)
4. Variabel *Word of Mouth* (X_1) adalah signifikan pengaruhnya terhadap Asosiasi Merek (Y_4)
5. Variabel Kesadaran Merek (Y_1) adalah signifikan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y_5).
6. Variabel Persepsi Kualitas (Y_2) adalah signifikan pengaruhnya dan terhadap Keputusan Pembelian (Y_5).
7. Variabel Loyalitas Merek (Y_3) adalah tidak signifikan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y_5).
8. Variabel Asosiasi Merek (Y_4) adalah tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y_5).
9. Variabel *Word of Mouth* (X_1) adalah signifikan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y_5).

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diambil, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Loyalitas Merek: wig Ghost Cos adalah merek wig yang paling sering diperbincangkan di kalangan *cosplayer* Malang, namun tidak semua *cosplayer* bisa membeli wig ini karena harganya yang mahal. Namun *coaplayer* harus menyadari bahwa harga mahal ini disertai dengan kualitas yang baik dan bagus.
2. Asosiasi Merek: Website Tao Bao memakai bahasa dan tulisan mandarin, tidak ada bahasa lain, bagi para *cosplayer*, harus bisa memilih online shop yang menghubungkan mereka dengan toko Ghost Cos di Tao Bao
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengetahui faktor lain yang menjadi indikator untuk mengukur Keputusan Pembelian wig merek Ghost Cos pada konsumen *cosplayer*. Disarankan peneliti selanjutnya yang meneliti judul yang sama diharapkan menambah jumlah responden yang diteliti, dan menambah merek produk yang diteliti.