

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand page commitment*, *WOM* dan kesadaran merek terhadap niat beli yang dilakukan pada akun media sosial *Instagram* Cokelat nDalem.

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand page commitment* memiliki pengaruh positif terhadap *WOM* pada akun media sosial *instagram* Cokelat nDalem, sehingga semakin tinggi keterikatan seseorang terhadap Cokelat nDalem melalui media sosial (Cokelat nDalem) akan semakin tinggi pula aktifitas *WOM* yang akan dilakukan oleh mereka.
2. *Brand page commitment* memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran merek Cokelat nDalem, sehingga semakin tinggi keterikatan seseorang terhadap Cokelat nDalem melalui media sosial (Cokelat nDalem) akan semakin tinggi pula tingkat kesadaran merek mereka.
3. *Brand page commitment* tidak memiliki pengaruh positif terhadap niat beli produk Cokelat nDalem yang kemungkinan disebabkan karena beragamnya karakteristik responden.
4. *WOM* memiliki pengaruh positif terhadap niat beli produk Cokelat nDalem seseorang, sehingga semakin tinggi aktifitas *WOM* seseorang

tentang Cokelat nDalem melalui media sosial akan semakin tinggi pula niat beli seseorang terhadap produk tersebut.

5. Kesadaran merek memiliki pengaruh positif terhadap niat beli produk Cokelat nDalem seseorang, sehingga semakin tinggi tingkat kesadaran merek terhadap merek Cokelat nDalem akan semakin tinggi pula tingkat niat belinya.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti telah mengusahakan semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang baik dan maksimal. Akan tetapi sejalan dengan prakteknya terdapat keterbatasan dan kekurangan diantaranya:

1. Penelitian ini hanya meneliti dari media sosial *instagram* Cokelat nDalem saja, sedangkan Cokelat nDalem memiliki akun media sosial lain.
2. Jumlah sampel yang diteliti terbatas, hanya 103 responden, dari jumlah *followers instagram* Cokelat nDalem yang berjumlah hingga ribuan.
3. Penelitian ini hanya menguji pengaruh langsung antar variabel sehingga tidak menjelaskan secara lebih detail peran variabel intervening dalam menguji pengaruh tidak langsung antar variabel.

C. Saran

Berdasarkan penelitian, pembahasan, simpulan serta keterbatasan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan Cokelat nDalem dalam mengambil keputusan untuk perusahaan kedepannya terkait pengambilan sikap pengelolaan media

sosial yang digunakan ataupun kondisi lain yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.

2. Bagi peneliti selanjutnya, yang pertama dapat menggunakan beberapa media sosial yang dimiliki perusahaan yang diteliti, tidak terbatas hanya satu saja. Kedua, disarankan untuk memperbanyak sampel penelitian agar dapat cukup mewakili subjek yang dipilih. Ketiga, disarankan untuk dapat melakukan pengujian peran variabel intervening dalam memediasi antar variabel.