

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan interpretasi hasil, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Erigo di Gresik.
2. *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Gresik..
3. *Electronic Word OfMouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Erigo di Gresik.

5.2.Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi dari penelitian ini adalah:

1. Erigo :

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan maupun pertimbangan bagi Erigo untuk tetap mempertahankan *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Electronic Word ofmouth* yang sudah dimiliki oleh Erigo yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan kepada keputusan pembelian, dan mungkin dengan terus mempertahankan hal tersebut, Erigo akan berkembang menjadi merek yang lebih besar dan baik.

2. Peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang mungkin akan membantu di penelitian yang dilakukan di masa yang akan mendatang.