

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan yang telah dilakukan di bab sebelumnya, maka peneliti menyusun kesimpulan berdasarkan pembahasan tersebut, berupa:

1. Variabel *Attitude Toward Social Media* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Customer Response*.
2. Variabel *Attitude Toward Social Media* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Customer Response* yang dimoderasi oleh variabel *Corporate Reputation*.

Dengan demikian perusahaan sudah sewajarnya lebih memperhatikan penggunaan media sosialnya karena dapat menentukan bagaimana sikap dari pengguna media sosial lain terbentuk yang dapat mendatangkan nilai-nilai positif maupun negatif bagi perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus mulai memikirkan mengenai reputasinya di mata konsumen karena hal tersebut dapat berdampak kepada pembentukan sikap konsumen.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan atau keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini terutama adalah dalam hal waktu serta biaya, dimana tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti secara lebih mendetail dan lebih komparatif.

5.3. Saran

Untuk mengatasi keterbatasan yang ada, maka peneliti dengan ini menyarankan agar peneliti selanjutnya menambah variabel penelitian agar hasil

penelitian dalam lebih komparatif artinya dapat lebih banyak membandingkan pengaruh antar variabelnya. Adapun variabel-variabel yang dianjurkan oleh peneliti adalah *relationship marketing*, *promosi*, *e-word of mouth*, *online marketing*, dan lain-lain.

