



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta dimiliki IBI BKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

#### A. KESIMPULAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh Dimensi Electronic Word of Mouth terhadap minat beli di shopee, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Intensitas *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai signifikansi 0,0065 dan nilai beta 0,245. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang-orang berinteraksi melalui media online maka semakin memicu minat beli konsumen terhadap suatu produk lewat Shopee.
2. Valensi Opini tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai signifikan 0,233 dan nilai beta sebesar 0,189. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua calon konsumen memperhatikan komentar positif atau negative.
3. Konten *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli secara positif dan signifikan dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai beta sebesar 0,459. Hal ini menunjukkan bahwa calon konsumen mencari sumber di Shopee mengenai kualitas suatu produk dan harga sebelum timbul minat beli pada suatu produk.

#### B. SARAN

Penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Penulis memberikan saran bagi Shopee agar lebih memperhatikan valensi opini seperti mengembangkan program agar seller tidak bisa sembarang hapus komentar negatif dari konsumen. Hal seperti ini memicu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ketidakpercayaan konsumen karena hanya melihat posisi positif dari kolom komentar sehingga tidak ada gunanya Shopee memiliki kolom komentar dari setiap produk penjual.

2. Penulis juga memberikan saran terhadap peneliti selanjutnya, bahwa berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki adanya keterbatasan yang ada di dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah dimensi electronic word of mouth yang terdiri dari dimensi intensitas, dimensi valensi opini, dan dimensi konten serta minat beli. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan minat beli, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lainnya seperti kualitas produk, harga, promosi dan lainnya agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.