



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aksesoris Mobil Bermaterial Fiberglass pada aplikasi Bukalapak, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen aksesoris mobil bermaterial fiberglass pada aplikasi Bukalapak.
2. Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen aksesoris mobil bermaterial fiberglass pada aplikasi Bukalapak.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen aksesoris mobil bermaterial fiberglass pada aplikasi Bukalapak.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, peneliti memiliki beberapa saran terhadap penelitian ini, antara lain:

##### 1. Bagi Perusahaan

- 1) Untuk memperoleh komentar dan ulasan positif dari konsumen yang telah berbelanja di Grill Vincent\_Bodykit, maka harus memperbaiki performa toko online pada aplikasi Bukalapak terkait, persediaan barang lengkap, kecepatan pengiriman barang, kualitas pelayanan yang baik, menawarkan



solusi dan kompensasi terhadap barang rusak dan sebagainya sesuai standar SOP perusahaan yang telah ditetapkan.

- 2) Perlu dievaluasi tahapan pembuatan produk agar lebih lentur saat digunakan dalam segala situasi, baik saat pemasangan langsung maupun saat pengiriman (Walaupun tertindih, tidak berubah bentuknya).
- 3) Perlu ditingkatkan mengenai kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk serta daya saing harga untuk bersaing dipasaran online.
- 4) Perlu adanya edukasi kepada konsumen mengenai produk aksesoris mobil bermaterial fiberglass yang tidak kalah kualitasnya dibandingkan dengan bahan plastik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Diperlukan penelitian selanjutnya dengan mencari variabel lain agar didapatkan variabel apa saja yang berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
2. Diharapkan mampu memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya.

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.