



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengujian data mengenai pengaruh Sosial Media terhadap keputusan pembelian yang dimediasi *word of mouth* pada *online shop* Shopee di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara, peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Sosial Media berpengaruh positif secara langsung terhadap keputusan pembelian pada *online shop* shopee di wilayah kelapa gading Jakarta Utara.
2. Sosial Media berpengaruh positif secara langsung terhadap *word of mouth* pada *online shop* shopee di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara.
3. *Word of mouth* berpengaruh positif secara langsung terhadap keputusan pembelian pada *online shop* shopee di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara
4. Sosial Media berpengaruh positif secara tidak langsung melalui *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *online shop* shopee di wilayah kelapa gading Jakarta Utara

B. Saran

1. Bagi Pihak Perusahaan

Saran dari peneliti, Perusahaan *Online shop* Shopee untuk komunikatif dan selalu berinteraksi dengan konsumen, terutama melalui sosial media. Karena sosial media merupakan salah satu alat untuk berinteraksi tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan konsumen. Perusahaan juga disarankan untuk meningkatkan intensitas *word of mouth* dalam akun sosial media. Karena berdasarkan hasil penelitian pengaruh sosial media terhadap keputusan

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.

pembelian terbukti termediasi oleh *word of mouth*, walaupun efek yang ditimbulkan tidak sebesar sosial media. *Word of mouth* adalah satu-satunya metode promosi yang berasal dari konsumen, oleh konsumen, dan untuk konsumen. Jadi hal ini sangat perlu diperhatikan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, kesadaran merek, iklan dan faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis, agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat serta berguna.

2. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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.