



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (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 Promosi *E-commerce Beauty Product Terhadap Word of Mouth Communication*, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

Pesan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth communication* dengan nilai signifikansi  $0,043 < 0,05$  dan nilai koefisiensi  $0,180$ , dengan nilai *Thitung* sebesar  $2,052 >$  dari *Ttabel*  $1,984$ . Hal ini menunjukkan bahwa pesan promosi *e-commerce* pada *beauty product* tersampaikan dengan baik, semakin baik pesan promosi tersampaikan maka akan semakin besar juga pengaruh seseorang untuk melakukan *word of mouth communication*.

Media promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth communication* dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisiensi  $0,369$  dengan nilai *Thitung* sebesar  $4,519 >$  dari *Ttabel*  $1,984$ . Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media promosi dalam penyebarannya cukup baik dan berpengaruh terhadap *word of mouth communication* di kalangan mahasiswa LSPR.

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.



Waktu promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth communication* dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai koefisiensi 0,301 dengan nilai *T*hitung sebesar  $3,494 >$  dari *T*tabel 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa waktu promosi yang dilakukan oleh *e-commerce* terhadap *beauty product* dapat memberikan *stimulus* kepada seseorang untuk melakukan *word of mouth communication*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak ketidaksempurnaan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun, dengan penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

Bagi perusahaan *e-commerce*, diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dan kebijakan untuk terus mempertahankan, dan menjaga pesan promosi, media promosi, dan waktu promosi yang telah dilakukan, dan terus meningkatkan promosi-promosi *e-commerce beauty product* agar semakin lebih banyak lagi *word of mouth communication* yang dilakukan hingga nantinya seseorang melakukan tahap keputusan pembelian.

Bagi para peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat mengkaji lebih dalam lagi dalam subjek penelitian, sehingga nantinya hasil yang didapatkan bisa digeneralisasikan secara keseluruhan dalam lembaga tersebut dan dalam penelitian.

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.

Selain itu, diharapkan untuk dapat mengkaji lebih banyak sumber dan referensi

yang terkait promosi dan *word of mouth communication*, dan sekiranya melalui penelitian saat ini, data atau hasil yang didapatkan dapat menjadi acuan atau bahan referensi guna membantu serta memudahkan dalam menyusun suatu penelitian yang baru.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.