



BAB V

KESIMPULAN 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. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Cukup bukti bahwa *Electronic word of mouth* mempunyai pengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen dimana konsumen dapat mencari tahu informasi tambahan mengenai produk / jasa yang baru dari suatu brand / merek yang belum dicoba dari ulasan yang telah diberikan konsumen yang sudah pernah menggunakan / membeli produk / jasa tersebut.
2. Cukup bukti bahwa Promosi mempunyai pengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen dikarenakan promosi seperti potongan harga maupun *buy 1 get 1* memiliki batas waktu tertentu sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang produk yang sudah dimilikinya dikarenakan adanya promo tersebut.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Shopee dapat meningkatkan kualitas produk produk yang ditawarkan dan memberikan promo yang menarik agar konsumen semakin tertarik untuk berbelanja kembali di Shopee. Kosnumen juga dapat memberikan masukan kepada konsumen lainnya melalui social media agar konsumen lainnya dapat membeli kembali produk yang sudah pernah dibelinya dan dengan

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.

banyaknya promo yang disediakan oleh Shopee sehingga konsumen dapat lebih tertarik untuk berbelanja pada saat itu.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya agar dapat memperluas variabel seperti *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser* sehingga semakin banyak dan luas pengetahuan yang didapatkan bagi para pembaca dan semakin bermanfaat bagi banyak masyarakat.

C 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

