

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji pengaruh *electronic word of mouth* dan variasi produk produk terhadap keputusan pembelian secara langsung ataupun melalui minat beli pada forum jual beli *online*. Hasil analisis yang dilakukan peneliti bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah yang tertuang dalam bab satu, maka jawaban terhadap rumusan masalah dan juga kesimpulan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Forum Jual Beli *Online* dimediasi melalui Minat Beli (Studi pada grup jual beli di Facebook)”, antara lain:

1. Variabel *Electronic Word of Mouth* (X1) memiliki pengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna forum jual beli *online* di Facebook dalam memutuskan pembelian suatu produk di forum jual beli *online* di Facebook. Hal ini membuktikan bahwa *Electronic Word of Mouth* (X1) yang ada mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) pengguna dalam membeli produk di forum jual beli *online* di Facebook.
2. Variabel Variasi Produk (X2) memiliki pengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna forum jual beli *online* dalam pembelian suatu produk di Facebook. Hal ini membuktikan bahwa Variasi Produk (X2) yang terdapat di forum jual beli di Facebook dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan Pembelian (Y) pengguna forum dalam membeli produk di forum jual beli *online* di facebook.
3. Variabel *Electronic Word of Mouth* (X1) memiliki pengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap Minat Beli (Z) pengguna forum jual beli *online* di Facebook dalam memutuskan pembelian di forum jual beli *online* di Facebook. Hal ini membuktikan *Electronic Word of Mouth* (X1) dapat mempengaruhi Minat Beli (Z) pengguna dalam melakukan keputusan pembelian produk di forum jual beli *online* di Facebook.

4. Variabel Variasi Produk (X2) mempunyai pengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap variabel Minat Beli (Z) pada pengguna forum jual beli *online* dalam pembelian suatu produk di Facebook. Hal ini membuktikan bahwa Variasi Produk (X2) yang terdapat di forum jual beli *online* di Facebook dapat mempengaruhi Minat Beli (Z) pada pengguna forum dalam membeli produk di forum jual beli *online* di Facebook.
5. Variabel Minat Beli (Z) memiliki pengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada pengguna forum jual beli *online* dalam pembelian produk di forum jual beli *online* di Facebook. Hal ini membuktikan Minat Beli (Z) yang terdapat di forum jual beli Facebook dapat memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna forum dalam melakukan keputusan pembelian produk di forum jual beli *online* Facebook.
6. Hasil dari penelitian diatas mengenai hipotesis keenam menunjukkan variabel *electronic word of mouth* yang berada pada forum jual beli dapat membantu mempengaruhi keputusan pembelian pada forum jual beli melalui minat beli. Hal ini menunjukkan minat beli yang berbeda dapat mempengaruhi *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Perhitungan menunjukkan pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian secara langsung lebih besar daripada pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian baik langsung maupun melalui minat beli.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada forum jual beli melalui minat beli. Hal ini menunjukkan minat beli yang berbeda dapat mempengaruhi variabel variasi produk terhadap keputusan pembelian. Perhitungan menunjukkan variasi produk terhadap keputusan pembelian secara langsung lebih besar daripada pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung atau melalui minat beli.

5.2. Saran

Hasil penelitian menunjukkan saran-saran yang sekiranya dapat diberikan oleh peneliti. Berikut adalah saran secara teoritis dan juga saran secara praktis:

1. Teoritis

Bagi lingkungan akademis, hasil yang sudah didapatkan dalam penelitian diharapkan dapat memberikan informasi, tinjauan literatur ilmiah dan pengetahuan yang bermanfaat terkait *electronic word of mouth*, variasi produk, dan minat beli dalam keputusan pembelian melalui forum belanja dan penjualan *online*. Terutama bagi peneliti selanjutnya yang mungkin ingin menggali lebih dalam keputusan pembelian konsumen di forum jual beli. Penelitian yang akan dilanjutkan diharapkan agar mencari sumber lebih banyak lagi dan referensi tentang nilai-nilai yang dirasakan sehingga penelitian mereka dapat lebih lengkap dan lebih baik lagi. Maka karena itu, sebaiknya peneliti yang ingin meneliti lebih lanjut dapat melakukan modifikasi pada variabel-variabel bebas dengan menambah atau bahkan mungkin mengganti variabel tersebut. Hal ini akan memberi hasil yang lebih objektif dan beragam. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dalam kuesioner yang dibagikan, dan peneliti berharap peneliti selanjutnya dapat lebih memperjelas makna dari kuesioner di masa yang akan datang.

2. Praktis

Peneliti telah menemukan bahwa *electronic word of mouth* mempengaruhi minat beli dan keputusan pembelian. Kemudian, berdasarkan hasil penelitian, *electronic word of mouth* diklasifikasikan kedalam kategori baik. Oleh karena itu, perusahaan dapat mengharapkan untuk mendapatkan hasil maksimal dari *electronic word of mouth* dan meningkatkan keputusan pembelian dalam forum jual beli *online*. Hasil penelitian variasi produk juga menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Oleh karena itu, diperlukan banyak dukungan dari para pelaku usaha untuk meningkatkan variasi produk. Salah satu dukungan yang dapat diberikan oleh para pelaku usaha adalah dengan membuat variasi produk dan layanan mereka di forum *e-commerce*.