

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. *Electronic Word Of Mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian E-commerce di Tokopedia di kota Padang.
2. Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian E-commerce di Tokopedia di kota Padang.
3. Media Sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian E-commerce di Tokopedia di kota Padang.

5.2 Implikasi Praktis

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka terdapat sejumlah implikasi yang harus diambil oleh pelanggan E-commerce di Tokopedia di kota Padang sebagai upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian:

1. Diharapkan pihak E-commerce di Tokopedia Kota Padang memberikan produk yang beragam agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Diharapkan pihak E-commerce Tokopedia terus meningkatkan kepuasan pelanggan agar kedepannya dapat memberikan review yang bagus dari pelanggan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian di E-commerce di Tokopedia. Contoh nya

memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, memberikan kualitas produk sesuai dengan keinginan pasar.

3. Diharapkan E-commerce di Tokopedia memberikan Citra merek yang bagus sesuai dengan kualitas yang dirasakan sehingga dapat mendorong pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk tersebut agar meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan tingkat capaian responden pada item pernyataan nomor 8 (C8) untuk mengukur Citra Merek .
4. Diharapkan Tokopedia Kota Padang aktif dalam media sosial dan menciptakan konten yang menarik sehingga dapat mendorong pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk tersebut agar meningkatkan keputusan pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan. Saran-saran tersebut adalah :

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada E-commerce di Tokopedia Kota Padang saja, sehingga hasil penelitian tidak sama dengan E-commerce lainnya. Dengan demikian disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti Shopee, Lazada dll.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian maupun variabel yang menjadi akibat dari keputusan pembelian.

3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 100 orang atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnihotri, D., Kulshreshtha, K., Tripathi, V., & Chaturvedi, P. (2022). "Actions speak louder than words": an impact of service recovery antecedents on customer delight in quick-service restaurants. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 14(4), 421-444.
- Akbar, Muhamad Juliatri Chairul. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian." *Universitas Brawijaya* (2018).
- Amalia, Nur Hidayah. *Pengaruh Bimbingan Agama Islam Terhadap Konsep Diri Dan Kebermaknaan Hidup Anak Di Panti Asuhan Aisyiyah Prambatan Kudus*. Diss. STAIN Kudus, 2016.
- Ani, Jilhansyah, Bode Lumanauw, And Jeffry Tampenawas. "Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10.1 (2022): 663-674.
- Banche, G. S., & Pebrianti, W. Pengaruh Media Sosial, Electornic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Erigo Di Kota Pontianak.
- Batee, Maria Magdalena. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 2.2 (2019): 313-324.
- Chang, S. F., Chen, W., Meng, H. J., Sundaram, H., & Zhong, D. (1998). A Fully Automated Content-Based Video Search Engine Supporting Spatiotemporal Queries. *Ieee Transactions On Circuits And Systems For Video Technology*, 8(5), 602-615.
- Dara, Nursimah, And Nining Purnaningsih. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang." *Dynamic Management Journal* 2.1 (2018).
- Darmansah, Aprillia, and Sri Yanthy Yosepha. "Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur." *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* 1.1 (2020): 15-30.
- Diyas, Surya Pratiwi. *Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Presepsi Nasabah Atas Corporate Reputation Dan Corporate Branding Pada Bank Syariah Indonesia*. Diss. Uin Raden Intan Lampung, 2021.

- Fifaldyovan, Muhammad Ikhsan, And Sri Dweni Astuti. "Peran Trust Dalam Memediasi Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Online." *Muara: Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional* 4.1 (2021).
- Fuad Asshiddieqi. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooz di Distro Ultraa Store Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 1 (1), 1-9.
- Gunawan, Didik Gunawan. "Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.1 (2022): 815-824.
- Hasan, Yummil, Et Al. "Pengaruh Instagram (Jejaring Sosial) Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang." *Al Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 13.02 (2022): 213-289.
- Hasanah, Amalia Yaumil, Ratih Tresnati, and Nina Maharani. "Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen di Dreezel Coffee Bandung)." *Prosiding Manajemen* (2017): 815-820.
- Hennig-Thurau, Thorsten, Et Al. "Electronic Word-Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Themselves On The Internet?." *Journal Of Interactive Marketing* 18.1 (2004): 38-52.
- Jundi, Muhammad Said, And Mudiantono Mudiantono. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Nilai Yang Dipersepsikan Sebagai Mediasi Pada Toko Online Lazada. Co. Id (Studi Pada Konsumen Lazada. Co. Id Kota Semarang)*. Diss. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, 2016.
- Kim, Kye-Hyung, Et Al. "Severe Fever With Thrombocytopenia Syndrome, South Korea, 2012." *Emerging Infectious Diseases* 19.11 (2013): 1892.
- Kurniawan, Agvi Ramadhan, And Idris Idris. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Sebagai Intervening." *Diponegoro Journal Of Management* (2015): 1-11.
- Massie, Kevin Samuel. "The effect of social media, direct email, and electronic word-of-mouth (e-wom) on consumer purchase decision at Zalora fashion online store." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 4.2 (2016).

- Mahajan, Vijay, Eitan Muller, and Roger A. Kerin. "Introduction strategy for new products with positive and negative word-of-mouth." *Management Science* 30.12 (1984): 1389-1404.
- Miati, Iis. "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)." *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1.2 (2020): 71-83.
- Masibbuk, Ita, Silcyljeova Moniharapon, And Imelda Wj Ogi. "Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan Dantata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan Di Kota Manado)." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7.1 (2019).
- Muflih, Fathi Syarifuddin. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Studio Jingga)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb* 10.2 (2022).
- Muryati, Diffa Okta, and Suharyanto Suharyanto. "Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik wardah." *Jurnal Manajemen* 18.2 (2021): 157-174.
- Nasution, Siti Lam'ah, Christine Herawati Limbong, And Denny Ammari Ramadhan. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)." *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 7.1 (2020): 43-53.
- Nasution, Hamni Fadlilah. "Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada Febi Iain Padangsidempuan)." *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 4.1 (2018): 26-39.
- Octaviona, Nanda. (2016). "Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gadget di Toko Suryaphone Samarinda "The Effect of Brand Image and Perceived Prices on Purchase Decision of Gadget in Suryaphone Shop, Samarinda". *Ejournal Psikologi*, 4 (4), 397-407.
- Oladepo, Onigbinde Isaac, And Odunlami Samuel Abimbola. "The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision-A Study Of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria." *British Journal Of Marketing Studies* 3.4 (2015): 97-109.

- Prayoga, Iman, And M. Rachman Mulyandi. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee." *Jurnal Syntax Transformation* 1.05 (2020): 136-140.
- Putri, Citra Sugianto. "Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli." *Jurnal manajemen dan start-up bisnis* 1.5 (2016): 594-603.
- Rahman, Muh Akil. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lewat Internet di Kalangan Mahasiswa." *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 6.1 (2016): 103-115.
- Rakhmawati, Antin, Muhammad Nizar, And Kholid Murtadlo. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung." *Sketsa Bisnis* 6.1 (2019): 13-21.
- Rossanty, Yossie, Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, And Firman Ario. *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018.
- Saragih, Hoga, And Rizky Ramdhany. "Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus." *Jurnal Sistem Informasi* 8.2 (2012): 100-112.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak. Com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Setiadi, Afrino Fajar. Pengaruh Citra Merek, Perceived Quality dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Merek Clear (Studi Pada Pengguna Shampoo Clear di Kota Surakarta). Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.
- Suwardi, Adi, and Ramayani Yusuf. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kimber (@ Kimbershoes)." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 5.3 (2021): 144-156.
- Sindunata, Ivan, And Bobby Alexander Wahyudi. "Pengaruh E-Wom (Electronic-Word-Of-Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Di Agoda. Com." *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 6.1 (2018).
- Tanady, Edi Sucipto, And Muhammad Fuad. "Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta." *Jurnal Manajemen* 9.2 (2020).
- Tjiptono, Fandy. "Service Marketing: Esensi Dan Aplikasi." *Yogyakarta: Marknesis* (2009).

- Utami, Dian Wahyu, and Marheni Eka Saputri. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen CafÃ%o Roti Gempol Dan Kopi Anjis Bandung." *eProceedings of Management* 3.2 (2016).
- Wahyuni, Sri, Welda Mudiar, And Andyni Yulfanis Aulia Masrifa. "Digital Marketing Training And Assistance For Smes As An Effort To Improve The Jabet Sop Sales Service." *Mitra: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* 3.2 (2019): 195-203.
- Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2014). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr. *Research Methods And Organizational Studies* Isbn: 978-602-70429-1-9, 12-19.
- Wijayanto, Indra, And Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Ilmu Manajemen* 1.3 (2013): 910-918.
- Watung, Mauren, James Dd Massie, And Imelda Wj Ogi. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Dengan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pembelian Tiket Online (Studi Pada Situs Traveloka)." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10.1 (2022): 1181-1191.
- Wulandari, Rizky Desty, And Donant Alananto Iskandar. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat* 3.1 (2018): 11-18.