

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee.
2. Media Sosial berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee.

5.2 Saran

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

1. Shopee harus memperhatikan lagi pengaruh *Electronic Word Of Mouth* sebagai media pemasaran dengan cara memberikan kesan atau pesan positif terhadap produk, oleh sebab itu perusahaan harus lebih meningkatkan lagi keyakinan konsumen agar tertarik melakukan keputusan pembelian. Karena dengan adanya kesan atau pesan yang baik merupakan aset yang penting bagi kesuksesan perusahaan. Sehingga baik perusahaan maupun konsumen, merasa diuntungkan.
2. Shopee sebaiknya tetap meningkatkan kinerja media social dengan mempermudah konsumen mengakses media social untuk mencari informasi terkait dan meningkatkan

layanan agar konsumen juga mudah berinteraksi antara penjual dan pembeli di laman media social tersebut.

3. Selanjutnya, peneliti disarankan untuk menambah beberapa variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini. Dikarenakan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian, sehingga dapat meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang akan diperoleh dimasa yang akan datang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan saat ini, memiliki sejumlah kelemahan dan keterbatasan, secara umum keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Kurangnya kontrol dalam penyebaran dan pengisian kuisoner, karena kuisoner hanya disebarakan melalui *google form* atau secara daring (dalam jaringan), mengingat harus dibatasinya interkasi secara langsung di tengah kondisi pandemi COVID-19 ini.
2. Terbatasnya jumlah sampel yang digunakan, sehingga mempengaruhi ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
3. Penelitian ini hanya menganalisis *Electronic Word Of Mouth* dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee. Masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen pada *e-commerce* shopee di Kota Padang.