

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis data menggunakan teknik regresi linear berganda yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Hasil uji anova diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel *electronic word of mouth (e-wom)* dan persepsi harga berpengaruh secara silmutan terhadap minat beli
2. Hasil uji koefisien regresi variabel *electronic word of mouth (e-wom)* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 1,278 yang bernilai positif. Artinya, variabel *electronic word of mouth (e-wom)* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.
3. Hasil uji koefisien regresi variabel persepsi harga diperoleh nilai signifikan sebesar $0,329 > 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar -0,068 yang bernilai negatif. Artinya persepsi harga tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat beli
4. Hasil Uji Square (R^2) menunjukkan angka sebesar 0,350, yang berarti variabel *electronic word of mouth (e-wom)* dan variabel persepsi harga memberikan sumbangan sebesar 35% terhadap variabel minat beli, sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi konsumen

Saran untuk meningkatkan minat beli peneliti juga ingin memberikan saran tentang bagaimana cara meningkatkan minat beli konsumen :

1. Sebelum melakukan pembelian seorang konsumen harus mencari informasi mengenai produk dan rating toko yang ada pada aplikasi shopee
2. Sebelum membeli konsumen juga harus perhatikan review atau ulasan para konsumen lain yang ada pada aplikasi shopee supaya mendapatkan kualitas produk yang terbaik.

5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

Dari celah yang terdapat dalam proses maupun hasil penelitian. Saran ini ditujukan terhadap penelitian selanjutnya supaya dapat melengkapi kekurangan dari penelitian ini, diantaranya yaitu :

1. Pada pengambilan data penelitian, peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk mengambil populasi dan sampel yang lebih luas supaya hasil penelitian yang dilakukan akan semakin baik
2. Pada penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk meneliti dengan variabel (Y) yang lain dikarenakan menggunakan variabel minat beli hanya berpengaruh 35%

