

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan analisis yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth* dan harga pada minat beli mobil Listrik di Jabodetabek dibisakan kesimpulan berikut ini.

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli mobil listrik di Jabodetabek. Hal ini menyatakan jikasinya indikator pada kualitas produk berupa kinerja, daya tahan, fitur, dan estetika bisa berpengaruh pada minat beli mobil listrik di Jabodetabek.

Electronic word of mouth berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli mobil listrik di Jabodetabek. Hal ini menyatakan jikasinya indikator pada *electronic word of mouth* berupa intensitas, valensi opini, dan konten bisa berpengaruh pada minat beli mobil listrik di Jabodetabek.

Harga berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli mobil listrik di Jabodetabek. Hal ini membuktikan jika indikator pada harga berupa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan bisa mempengaruhi minat beli mobil listrik di Jabodetabek.

5.2 Keterbatasan Analisis

Ketika analisis ini dilakukan, masih terdapat keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti. Adapun batasan dalam melakukan analisis ini yaitu:

- a) Tidak banyaknya konsumen maupun masyarakat yang memakai mobil listrik dibandingkan kompetitor mereka sehingga menjadi keterbatasan peneliti pada saat melakukan analisis tersebut.
- b) Variabel yang ditetapkan pada analisis ini terbatas, hanya mengacu pada variabel kualitas produk, *electronic word of mouth*, dan harga sedangkan dalam melakukan keputusan pembelian ada banyak faktor-faktor lain yang mendukung.

5.3 Saran

Berdasarkan pernyataan yang diuraikan pada bagian simpulan, maka berikut ini ialah saran yang bisa diberikan oleh peneliti:

- a) Mobil listrik bisa merunkan harga dari produk mobil listrik. Mobil listrik diharapkan bisa membuat mobil listrik dengan harga yang lebih menyesuaikan dengan kemampuan beli masyarakat. Dengan begitu masyarakat Indonesia merasakan jika kebutuhan yang dicari bisa dituntaskan oleh produk dari mobil listrik sendiri, masyarakat pun akan merasa mampu membeli produk yang ditawarkan karena sesuai dengan kemampuan beli rata-rata masyarakat jabodetabek yang dicari.
- b) Selain itu, citra mobil listrik juga harus dijaga terutama di media elektronik, karena *electronic word of mouth* konsumen itu sangat mempengaruhi minat beli seseorang. Dengan kualitas produk yang baik, konsumen akan melakukan review yang baik juga di media elektronik nantinya, hal itu bisa dimanfaatkan oleh brand-brand mobil listrik untuk menyebarluaskan keunggulan-keunggulan dari produk yang mobil listrik tawarkan, dan hal ini akan meningkatkan minat beli konsumen pada produk mobil listrik.
- c) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa mencari tahu lebih dalam terkait variabel yang digunakan pada analisis ini serta bisa juga menambahkan variabel lainnya untuk bisa dikaji dalam analisis ini, misalnya citra merek, promosi, kualitas pelayanan sehingga bisa mengetahui faktor lainnya yang bisa mempengaruhi variabel minat beli. Peneliti selanjutnya juga diharapkan bisa memanfaatkan metode lainnya untuk meneliti mengenai pengaruh minat beli.