

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 85 responden dengan kriteria pernah berbelanja *online* dan mengetahui pengertian dari ulasan seperti yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya maka hasil analisis data menggunakan SPSS 25 dapat diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Hasil interpretasi korelasi (R) memiliki nilai koefisien sebesar 0,766 menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel pada penelitian ini yaitu kuat.
2. Electronic word of mouth secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce namun terdapat tiga dimensi pada variabel independen *electronic word of mouth* yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian pada e-commerce yaitu *platform assistace*, *helping company*, dan *advice seeking*.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya yaitu:

- Bagi perusahaan *e-commerce*:
  - Peneliti menyarankan kepada perusahaan *e-commerce* khususnya Tokopedia dan Shopee dengan menggunakan teknologi informasi untuk mengembangkan dan meningkatkan beberapa dimensi pada *electronic word of mouth* yang belum berpengaruh secara signifikan yaitu dimensi *concern for others*, *economic incentive*,

*expressing positive emotions*, dan *venting negative feeling* sehingga keputusan pembelian konsumen dapat meningkat.

- Bagi peneliti selanjutnya:
  - Peneliti menyarankan dapat menggunakan lebih banyak responden sebagai sampel dan dapat menggabungkan teknik pengumpulan data dengan menambahkan wawancara untuk mendukung jawaban responden.

