

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan kualitas *website* terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syariah. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang mahasiswa yang pernah melakukan pembelian di Shopee. Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syariah. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,330 > 1,985$) serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan “diduga *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syariah” diterima. Artinya semakin banyak *electronic word of mouth* yang diterima oleh toko *online* Shopee maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap minat beli konsumen.
2. Kualitas *website* berpengaruh terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syariah. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,314 > 1,985$) serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,001 sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan “diduga kualitas *website* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syariah” diterima. Artinya semakin baik kualitas *website* Shopee maka akan meningkatkan minat beli konsumen Shopee.
3. Terdapat pengaruh *electronic word of mouth* dan kualitas *website* terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 47,499 lebih besar dari F tabel 3,09 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis

pertama (H1) yang menyatakan “diduga *electronic word of mouth* dan kualitas *website* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syariah” diterima. Artinya, semakin banyak *electronic word of mouth* yang diterima oleh toko *online* Shopee maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap minat beli konsumen. Selain itu, kualitas *website* yang baik akan semakin meningkatkan minat beli konsumen.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya yaitu:

1. Hasil penelitian ini menggunakan sampel yang relatif kecil yaitu 100 responden.
2. Pemilihan variabel yang diteliti terbatas, sehingga hasil penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.
3. Keterbatasan waktu, biaya, serta tenaga sehingga menjadikan kurang maksimalnya penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan. Adapun sarat tersebut antara lain:

1. Bagi pihak Shopee diharapkan dapat mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas *website*-nya dengan menyertakan informasi produk yang lebih rinci dan mudah dipahami konsumen, serta menampilkan inovasi desain visual yang menarik dan nyaman untuk dilihat agar konsumen tidak bosan dan tertarik untuk menjelajahi aplikasi/*website* tersebut.
2. Bagi toko *online* di Shopee diharapkan lebih memperhatikan ulasan pelanggan dan merespon keluhan pelanggan mengenai produknya, serta meningkatkan kualitas tokonya agar pelanggan maupun calon pelanggan yakin untuk membeli produk di tokonya bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan minat beli, sehingga

dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli selain *electronic word of mouth* dan kualitas *website*.

D. Penutup

Alhamdulillah, puji syukur tetap tertuju kepada Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan ridho-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa halangan yang berarti. Hal ini tidak mungkin bisa terjadi tanpa adanya ridho dan karunia dari Allah swt. melalui lantaran yang tanpa disangka.

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan bimbingan dosen yang kredibel dan menggunakan prosedur ilmiah yang menjadi kesepakatan penelitian. Namun kekurangan dalam hal apapun menjadi keniscayaan termasuk dalam skripsi ini, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Peneliti berharap semoga skripsi ini diridhoi oleh Allah swt serta dapat bermanfaat dan juga dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah. *Aaamiin.*