

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dikerjakan oleh peneliti dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka diperoleh suatu kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli konsumen aplikasi shopee pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Kudus. Pernyataan tersebut diyakinkan dengan adanya hasil uji t, dengan besarnya nilai $t_{hitung} 2,476 > t_{tabel} 1,985$ serta hasil dari nilai signifikansi sebesar 0,015 berada dibawah 0,05. Semakin besar eWOM pada aplikasi shopee memberikan informasi terkait ulasan produk yang ditawarkan, menampilkan review terkait kualitas, harga, variasi produk, menyertakan penilaian positif dari konsumen lain, maka minat beli melalui aplikasi shopee akan semakin tinggi.
2. Terdapat pengaruh pada iklan terhadap minat beli konsumen aplikasi shopee pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Kudus. Pernyataan tersebut diyakinkan dengan adanya hasil uji t, dengan besarnya nilai $t_{hitung} 2,694 > t_{tabel} 1,985$ serta hasil dari nilai signifikansi sebesar 0,008 berada dibawah 0,05. Semakin jelas pesan iklan yang ditampilkan, slogan, desain, bintang iklan yang dipilih, konsep musik dan perpaduan warna yang menarik maka minat beli konsumen pada aplikasi shopee semakin tinggi.
3. Terdapat pengaruh pada harga terhadap minat beli konsumen aplikasi shopee pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Kudus. Pernyataan tersebut diyakinkan dengan adanya hasil uji t, dengan besarnya nilai $t_{hitung} 3,210 > t_{tabel} 1,985$ serta hasil dari nilai signifikansi sebesar 0,002 berada dibawah 0,05. Semakin terjangkau harga yang ditawarkan di aplikasi shopee, kesesuaian harga dengan kualitas produk serta adanya kenyamanan dalam bertansaksi maka minat beli konsumen pada aplikasi shopee semakin tinggi.

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan ini, menggunakan sampel dengan jumlah 100 responden yang tarafnya relatif kecil.
2. Variabel yang diteliti cukup terbatas, sehingga hanya terfokus pada variabel tersebut.

3. Responden dalam menjawab kuesioner kurang memahami beberapa pertanyaan, sehingga timbul pertanyaan dari beberapa responden.
4. Keterbatasan akan waktu, tenaga, maupun biaya menjadikan penelitian ini berjalan kurang maksimal.

C. Saran

Berikut saran-saran yang peneliti sampaikan, yang nanti bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan, yaitu diantaranya:

1. Bagi pihak perusahaan shopee
Diharapkan shopee untuk kedepannya dapat mempertahankan dan meningkatkan pemasaran terkait eWOM, iklan dan harga. Karena ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap minat beli di aplikasi shopee.
2. Bagi konsumen
Konsumen harus jujur dalam memberikan ulasan terkait produk, dan sebagai calon pembeli harus selektif dalam mencari informasi tentang produk.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Harapan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel bebas lainnya yang berkaitan dengan minat beli, agar nanti bisa diketahui faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap minat beli selain eWOM, iklan dan harga.

D. Penutup

Alhamdulillah, atas rahmat Allah swt serta karunianya, peneliti telah selesai dalam menyusun penelitian skripsi ini tanpa suatu halangan. Hal ini tidak lepas dari Ridho Allah swt, do'a orang tua serta dukungan semua pihak. Dalam penyusunan pada skripsi ini disesuaikan dengan prosedur ilmiah serta bimbingan dari dosen yang kredibel. Harapan dari peneliti yaitu semoga dengan skripsi ini dapat mendatangkan manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan, baik bagi peneliti, perusahaan shopee, konsumen dan pembaca. Tetapi, penulisan ini tidak luput dari kesalahan, sehingga disini peneliti meminta kritik, saran serta masukan sebagai perbaikan penelitian di masa yang akan datang.

Akhir dari kata, peneliti memohon maaf bila terjadi kesalahan dalam penulisan, dan ucapan terimakasih selalu kepada semua pihak yang membantu, *mensupport* dalam keadaan apapun, demi kelancaran penelitian ini. Semoga Allah swt selalu

mendatangkan kebaikan dan kemudahan kepada kita semua.
Aamin.

