

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari penelitian yang telah dilaksanakan dalam seberapa besar pengaruh variabel *electronic word of mouth* dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam, maka dengan ini peneliti menyimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel *electronic word of mouth* (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *marketplace* shopee di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam. Dengan jumlah pengaruh yang diberikan yaitu sebesar 32%, maka dari itu adanya *electronic word of mouth* yang baik terhadap *marketplace* shopee maka keputusan pembelian akan mengalami adanya peningkatan.
2. Variabel promosi (X_2) memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *marketplace* shopee di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam. Dengan pengaruh yang diberikan yaitu sebesar 51,5%, sehingga ketika promosi dilakukan dengan gencar oleh *marketplace* shopee maka akan meningkat keputusan pembelian di *marketplace* shopee di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam.
3. Variabel *electronic word of mouth* (X_1) dan promosi (X_2) secara bersama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di *marketplace* shopee di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam. Yaitu dengan besar pengaruh yang diberikan sebesar 53%. maka ketika *electronic word of mouth*

berisi tanggapan yang positif dan promosi dilakukan secara baik oleh *marketplace* shopee maka akan meningkat keputusan pembelian di *marketplace* shopee di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memiliki beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Dikarenakan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 53%, sedangkan untuk sisanya sebesar 47,1% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga agar penelitian sempurna maka untuk penelitian selanjutnya melakukan penelitian dengan variabel-variabel yang lainnya yang mana dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam penelitian ini *marketplace* shopee harus memberikan pelayanan yang terbaik sedang memasarkan produk-produk yang memiliki kualitas yang baik hal ini bertujuan guna *electronic word of mouth* yang dihasilkan merupakan tanggapan yang baik dari para konsumen hal ini demi menjaga konsistensi pelanggan dalam melakukan pembelian di *marketplace* shopee.
3. Selain *electronic word of mouth* tentunya *marketplace* shopee juga harus memperhatikan pemasaran terutam adanya promosi. Promosi yang dilakukan secara gencar akan semakin menarik perhatian konsumen dalam melakukan pembelian di *marketplace* shopee. Maka dari itu untuk dunia industri harus

lebih memperhatikan kembali bagaimana manajemen perusahaannya dalam meningkatkan ketertarikan pelanggan.