

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan yang bisa diambil dari pembahasan yang sudah dilakukan, yakni :

1. Perolehan dari hasil pengujian T menunjukkan variabel *Corporate image* berdampak positif serta signifikan pada niat beli *e-commerce* Bukalapak di Batam.
2. Perolehan dari hasil pengujian T menunjukkan variabel *Electronic word of mouth* berdampak positif serta signifikan pada niat beli *e-commerce* Bukalapak di Batam.
3. Setelah dilakukan pengujian pada variabel Kepercayaan juga berdampak positif dan signifikan pada niat beli *e-commerce* Bukalapak di Batam.
4. Melalui hasil uji F *Corporate image*, *electronic word of mout* dan kepercayaan disimpulkan bahwa variabel tersebut sama sama berdampak positif juga signifikan pada niat beli *e-commerce* di Batam.

5.2 Saran

1. Bukalapak harus lebih cepat tanggap dalam keluhan konsumen agar konsumen tidak merasa di abaikan sehingga beralih ke *e-commcere* lain .
2. Bukalapak harus memperbanyak komentar positif di platform nya, seperti di playstore atau appstore, ulasan pembeli dan ulasan di media sosial manapun agar konsumen lebih yakin pada Bukalapak.
3. Bukalapak harus terus meningkatkan kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsuemen agar konsumen bisa berbelanja di satu tempat dan konsumen

merasa puas akan kelengkapan yang disediakan pihak Bukalapak.

4. Bukalapak harus meningkatkan kualitas produk dan kualitas perusahaannya agar mendapatkan kepercayaan dari konsumen sehingga konsumen dapat memberikan rekomendasi ke masyarakat lain karena kualitas yang sangat bagus.

5. Bagi peneliti selanjutnya

Di harapkan dari hasil penelitian ini bisa menggunakan variabel independen yang lain ditambah pendekatan yang terbaru agar menghasilkan hasil yang lebih signifikan dan memperluas penelitian ini lebih luas lagi.