

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakuakn analisis data dari pengujian hipotesis, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah: *Electronic word of mouth* (X) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Bukalapak.com.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan Keputusan Pembelian pada situs Bukalapak.com, maka disarankan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Dilihat dari variabel *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak.com, oleh karena itu perusahaan harus mempertahankan faktor tersebut untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian pada Bukalapak.com
2. Perusahaan harus memperhatikan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Bukalapak.com untuk lebih ditingkatkan lagi kinerja di dalam kegiatan pemasarannya.
3. Objek penelitian dan ruang lingkup yang berbeda akan memberikan hasil penelitian yang berbeda, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada *e-commerce* besar lainnya yang ada di Indonesia, serta sampel yang lebih banyak agar dapat memberikan hasil yang semakin spesifik.
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Electronic word of mouth* dan keputusan pembelian telah terbukti saling mempengaruhi satu sama lain berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 8,2%. Namun 91,8% dipengaruhi oleh faktor/variabel lain yang tidak diteliti dalam

5. penelitian ini sehingga variabel lain di luar penelitian ini diindikasikan kemungkinan memiliki pengaruh, maka disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini atau menambah variabel seperti *Brand image*, Minat beli, kelompok referensi atau *Trust*.