

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada.Com”, dalam bab ini penulis mencoba menarik suatu kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Kesimpulan yang ditarik penulis sebagai berikut :

1. Persepsi responden mengenai Karakteristik *Online Reviews* (X1) termasuk dalam kategori “Cukup Baik”.
2. Persepsi responden mengenai Karakteristik Pengulas (X2) termasuk dalam kategori “Cukup Baik”.
3. Persepsi responden mengenai Karakteristik Situs Web (X3) termasuk dalam kategori “Baik”.
4. Persepsi responden mengenai Keputusan Pembelian (Y) termasuk dalam kategori “Baik”.
5. Pengaruh variabel independen Karakteristik *Online Reviews* (X1), Karakteristik Pengulas (X2), dan Karakteristik Situs Web (X3) secara parsial terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) sebagai berikut:

- a. Variabel X_1 (karakteristik *online reviews*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian) karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,275
 - b. Variabel X_2 (karakteristik pengulas) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian) dengan nilai signifikansi sebesar 0,00
 - c. Variabel X_3 (karakteristik situs web) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian) karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,148
6. Pengaruh variabel karakteristik *online reviews* (X_1), karakteristik pengulas (X_2), dan karakteristik situs web (X_3) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 17% terhadap keputusan pembelian (Y) pada situs belanja online Lazada.com. Sedangkan sisanya sebesar 83% dipengaruhi oleh faktor lain yang diabaikan penulis.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu :

1. Diharapkan peneliti lain dapat melakukan penelitian lanjutan dengan metode yang berbeda dari yang telah dilakukan oleh peneliti di dalam penelitian ini serta menggunakan variabel yang berbeda atau dapat menambahkan variabel baru ke dalam penelitian.

2. Untuk peneliti selanjutnya yang menggunakan oprasionalisasi variabel dalam penelitian ini diharapkan dapat lebih memperhatikan konsistensi responden dalam menjawab setiap item pertanyaannya.
3. Mengingat variabel karakteristik *online reviews* (X1), karakteristik pengulas (X2), dan karakteristik situs web (X3) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 17% terhadap keputusan pembelian (Y) pada situs belanja online Lazada.com dan nilai korelasi dari masing-masing variabel, maka peneliti menyarankan hal-hal sebagai berikut :
 - a. Mengingat variabel X_1 (karakteristik *online reviews*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian), maka diharapkan Lazada.com lebih meningkatkan informasi perihal belanja online secara berkala kepada konsumen dan melakukan pembaharuan perihal ulasan/review yang membahas seputar info terkini untuk menarik konsumen untuk mengunjungi situs Lazada.com. Tujuan dilakukannya hal tersebut agar situs belanja online Lazada.com menjadi salah satu referensi utama bagi konsumen.
 - b. Mengingat variabel X_2 (karakteristik pengulas) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian), maka diharapkan Lazada.com lebih meningkatkan kualitas mutu produk yang dijual di situs belanja online. Tujuan dilakukannya hal tersebut agar terciptanya ulasan/review produk dari pengulas bersifat positif.

- c. Mengingat variabel X_3 (karakteristik situs web) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian), maka diharapkan Lazada.com mampu menampilkan ulasan/review milik perusahaan pembuat produk untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap e-commerce dari hasil rekomendasi para pengulas untuk meningkatkan profit bagi perusahaan.

