

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis dan pengolahan data pada penelitian tentang “pengaruh perceived information quality terhadap word of mouth dengan trust sebagai variabel mediasi (studi pada media sosial instagram @duniakulinerbdg)”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari hasil analisis statistik, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin wanita sebanyak 87 orang responden atau sebesar 62,6% dan minoritas responden berjenis kelamin pria sebanyak 52 orang responden atau sebesar 37,4%. Mayoritas responden berusia <18-25 tahun sebanyak 131 orang atau setara dengan 94,2% dan minoritas responden adalah yang berusia 34-41 dan >41 yaitu sebanyak 1 orang atau setara dengan 0,7%. Untuk kriteria responden pekerjaan mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/i sebanyak 123 orang atau setara dengan 88,5% dan minoritas responden adalah yang lainnya yaitu sebanyak 7 orang atau setara dengan 5%. Mayoritas responden berpendidikan sarjana yaitu sebanyak 69 orang atau setara dengan 49,6% dan minoritas responden berpendidikan lainnya yaitu sebanyak 1 orang atau setara dengan 0,7%. Mayoritas responden berpenghasilan <Rp 5.000.000 yaitu sebanyak 110 orang atau setara dengan 79,1% dan minoritas responden berpenghasilan Rp 10.000.001-Rp 15.000.000 yaitu sebanyak 1 orang atau setara dengan 0,7%. Kemudian semua

responden yaitu 139 orang merupakan pengguna instagram atau setara dengan 100%. Lalu semua responden memenuhi kriteria sebagai pengikut media sosial Instagram @duniakulinerbdg yaitu sebanyak 139 orang atau 100%. Dan yang terakhir adalah semua responden yang berjumlah 139 orang pernah berkunjung ke Kota Bandung atau setara dengan 100%.

2. Butir-butir pernyataan yang valid dan reliabel yaitu PIQ1, PIQ2, PIQ3, PIQ4, PIQ5, PIQ6, PIQ7, TRUST1, TRUST2, TRUST3, WOM1, dan WOM2.
3. Dari uji reliabilitas, variabel *perceived information quality* dengan *cronbach alpha* 0,685, variabel *trust* dengan *cronbach alpha* 0,663, dan variabel *word of mouth* dengan *cronbach alpha* 0,807.
4. Mengacu pada hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa *perceived information quality* memiliki pengaruh positif terhadap *trust* pada media sosial Instagram @duniakulinerbdg sebesar $(0,670)^2 \times 100\% = 44,89\%$ sedangkan sisanya 55,11% dipengaruhi oleh faktor lainnya.
5. Besarnya pengaruh *perceived information quality* terhadap *trust* sebesar $(0,334)^2 \times 100\% = 11,15\%$ sedangkan sisanya 88,85% dipengaruhi oleh faktor lainnya.
6. Besarnya pengaruh dari *perceived information quality* berpengaruh terhadap *word of mouth* sebesar $(0,306)^2 \times 100\% = 9,36\%$ sedangkan sisanya 90,64% dipengaruhi oleh faktor lainnya.
7. *Perceived information quality* berpengaruh terhadap *word of mouth* dengan *trust* sebagai variabel mediasi. Besarnya pengaruh yaitu $(0,22378)^2 \times 100\% = 5,01\%$ sedangkan total pengaruh *perceived information quality* terhadap *word of mouth* dengan *trust* sebagai variabel mediasi sebesar $(0,52978)^2 \times 100\% = 28,07\%$.

5.2 Saran

Dari pembahasan serta simpulan pada penelitian ini, saran yang dapat diberikan penulis agar penelitian dapat lebih baik lagi sebagai berikut.

1. Teori dari tiap variabel lebih diperluas dengan membandingkan dengan penelitian terdahulu dengan tahun yang terbaru dan teori yang sudah ada agar dapat lebih dipahami lagi.
2. Pada penelitian selanjutnya agar meneliti responden yang berbeda, misalnya pengaruh media sosial pada responden dewasa muda hingga dewasa atau sekitar 26-33 tahun dan 34-41 tahun dengan melihat pengaruh media sosial lain seperti *facebook* atau *youtube* untuk dilihat keterikatan atau pengaruhnya terhadap variabel yang sudah pernah diteliti sebelumnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Keterbatasan penulis dalam penelitian ini adalah dengan mencari teori terkini mengenai *perceived information quality*. Dan responden dengan mayoritas adalah kalangan mahasiswa yang berusia <18-25 tahun, sehingga hasil penelitian ini tidak tersebar dengan kriteria responden lainnya.

5.4 Implikasi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif untuk perkembangan strategi promosi pariwisata melalui media *online*. Sehingga keuntungan dan manfaat dari penggunaan media *online* dapat dirasakan secara maksimal bagi promosi pariwisata Kota Bandung.

