

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dibahas, maka peneliti memberikan beberapa simpulan yakni:

1. Hipotesis 1 diterima yang artinya adanya pengaruh kesadaran (X_1) terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada *elevenia* kategori *fashion*
2. Hipotesis 2 diterima yang artinya adanya pengaruh kepercayaan (X_2) terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada *elevenia* kategori *fashion*
3. Hipotesis 3 diterima yang artinya adanya pengaruh *e-word of mouth* (X_3) terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada *elevenia* kategori *fashion*
4. Pada hasil uji F diperoleh bahwa variabel kesadaran (X_1), kepercayaan (X_2), dan *word of mouth* (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap proses keputusan konsumen pada *Elevenia* kategori *fashion* .
5. Bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen yang dilihat dari analisis berganda yakni variabel *e-word of mouth* (X_3)
6. Sebesar 73,6% variabel kesadaran (X_1), keyakinan (X_2) dan *e-word of mouth* (X_3) mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen

sedangkan 26,4% proses keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dan telah dibahas maka peneliti memberikan beberapa saran yakni:

1. Meningkatkan variabel kesadaran (X_1), dengan cara
 - a. Meningkatkan layanan dan produk yang ada di *Elevenia* sehingga dapat dibeli dengan cepat
 - b. Selalu meningkatkan variasi produk di *Elevenia*
 - c. Meningkatkan variasi harga dalam arti harga yang bersaing
2. Meningkatkan variabel kepercayaan (X_2), dengan cara
 - a. Selalu melakukan pengecekan barang yang akan dijual sehingga produk dapat dipercaya konsumen
 - b. Selalu melakukan pengawasan terhadap penjual sehingga tidak adanya penipuan
 - c. Melakukan pengawasan kepada penjual dalam mengirim barang sehingga tidak mengecewakan konsumen
3. Mempertahankan variabel *e-word of mouth* (X_3)
 - a. Mempertahankan fasilitas pemberian ulasan produk sehingga mudah digunakan konsumen
 - b. Selalu memberikan deskripsi produk yang akan dijual
 - c. mempertahankan fasilitas forum diskusi sehingga diskusi dapat lebih nyaman

Berdasarkan hasil analisis, implikasi manajerial yang dapat dikemukakan sehingga dapat membantu dan bermanfaat bagi *elevenia* untuk meningkatkan proses keputusan pembelian konsumen:

1. Harus lebih meningkatkan penerapan *e-word of mouth* pada Elevenia, walaupun elevenia memiliki forum diskusi produk seperti forum tanya jawab dan ulasan produk tetapi *elevenia* tidak mengkarifikasi ulasan dari segi kualitas produk, kecepatan tanggapan ataupun akurasi produk. Elevenia juga kurang dalam pengembangan diskusi produk dimana sesama member tidak dapat saling menghubungi dan tahu satu sama lainnya. Sebaiknya dibuat diskusi umum dan *privat* sehingga melalui diskusi umum konsumen dapat membaca hasil diskusi *seller* dengan konsumen lainnya tanpa harus bertanya lagi serta saling dapat berdiskusi bagi sesama konsumen.