

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari E-WOM dan persepsi resiko terhadap sikap konsumen kepada minat pembelian di Instagram. Dengan jumlah 115 sampel yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang memiliki akun Instagram, diketahui bahwa E-WOM dan sikap konsumen berpengaruh kepada minat pembelian di Instagram secara signifikan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. E-WOM memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pembentukan sikap konsumen di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
2. Persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
3. Sikap konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap pembentukan minat pembelian melalui media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan beberapa implikasi tentang transaksi pembelian barang di Instagram. Peran dari E-WOM dalam perkembangan *e-commerce* ini sangat mendukung pembentukan sikap positif konsumen. Kebanyakan dari konsumen telah memiliki persepsi akan resiko yang baik serta mendukung pembentukan sikap positif terhadap minat pembelian di Instagram.

Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam melihat sebaik apa pengaruh dari E-WOM dan pengertian anda akan resiko agar dapat membentuk sikap yang positif terhadap minat pembelian di Instagram.

Bagi para pelaku usaha di sosial media Instagram dapat menjadikan penelitian ini sebagai langkah untuk memberikan informasi yang baik kepada calon konsumen dan membangun citra bidang usaha agar konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap resiko yang ada.

## 5.3 Keterbatasan penelitian

Setelah menyelesaikan penelitian ini, peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan yang dapat di perbaiki oleh peneliti selanjutnya yaitu :

1. Responden yang dipilih berasal dari kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dan tidak mewakili setiap segmen masyarakat.
2. Jumlah responden yang terbatas mungkin dapat mengurangi keakuratan penelitian.

3. Dalam proses pengolahan data, mungkin saja ada kesalahan input data oleh peneliti.

#### 5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang ditujukan untuk :

1. Peneliti selanjutnya
  - a. Responden sebaiknya diambil dari beberapa tempat berbeda dengan jumlah yang besar sehingga didapatkan hasil yang lebih baik mengingat penelitian ini hanya mengambil sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas saja.
  - b. Pengambilan data sebaiknya selalu didampingi oleh peneliti sehingga dapat menjelaskan tujuan dari penelitian dengan baik kepada responden.
  - c. Menambah variabel lain yang dapat membantu konsumen, penjual dan pihak lain dalam perkembangan *e-commerce*
2. Bagi pemilik usaha
  - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk membangun bisnis secara *online* melalui media sosial, khususnya melalui Instagram.
  - b. Dapat menjadi panduan untuk menghadapi ketakutan konsumen akan resiko transaksi *online* serta mengatur strategi pemasaran yang baik melalui sarana E-WOM.