

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. *Electronic Word of Mouth* pada *marketplace* Lazada dikalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang memiliki kriteria sangat baik.
2. Kepercayaan Pelanggan pada *marketplace* Lazada dikalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang memiliki kriteria sangat tinggi.
3. Minat Beli pada *marketplace* Lazada dikalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang memiliki kriteria sangat baik.
4. Terdapat hubungan yang sangat tinggi antara *electronic word of mouth* dan kepercayaan pelanggan pengguna *marketplace* Lazada dikalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Terdapat pengaruh parsial antara *electronic word of mouth* terhadap minat beli secara signifikan sebesar 1,9%.
6. Terdapat pengaruh parsial antara kepercayaan pelanggan terhadap minat beli secara signifikan sebesar 54,9%.
7. *Electronic word of mouth* dan kepercayaan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli sebesar 74%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian tentang *Electronic Word of Mouth* dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli pada *marketplace* Lazada dapat diambil saran yang akan dipaparkan dibawah ini.

1. *Marketplace* Lazada perlu meningkatkan *electronic word of mouth* agar menjadi sangat baik dari sebelumnya, dan perlu memperhatikan indikator harga produk dibandingkan dengan *marketplace* lain yang masih memiliki skor paling rendah. *Marketplace* Lazada harus menyesuaikan harga produk agar dapat bersaing dengan *marketplace* lain dan berada pada standar yang baik bahkan menjadi sangat baik.

2. Perlu mempertahankan kepercayaan pelanggan yang telah terbentuk pada *marketplace* Lazada agar tetap dalam tingkat kepercayaan pelanggan yang sangat tinggi dan tidak lupa meningkatkan perilaku baik yang menurut para pengguna masih terasa kurang dan memberikan arahan kepada para penjual pada *marketplace* Lazada agar melakukan perilaku baik kepada para pelanggannya.
3. *Marketplace* Lazada harus tetap memperhatikan minat beli para penggunanya, agar para pengguna merasa tertarik untuk melakukan pembelian yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pembelian pada *marketplace* Lazada, dan juga harus meningkatkan indikator minat transaksional yang menurut para responden masih terasa kurang, sehingga dengan banyaknya pelanggan yang melakukan transaksi pada lazada akan meningkatkan nilai penjualan pada *marketplace* Lazada.
4. *Marketplace* Lazada harus sangat meningkatkan *electronic word of mouth* agar dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga tidak beralih menggunakan aplikasi *marketplace* lainnya.
5. *Marketplace* Lazada harus meningkatkan *electronic word of mouth* agar dapat menciptakan minat beli pada pelanggan.
6. *Marketplace* Lazada harus selalu memperhatikan kepercayaan pelanggan, karena dengan terciptanya kepercayaan akan pula tercipta minat beli pada para penggunanya.
7. *Marketplace* Lazada harus selalu melakukan berbagai strategi dalam meningkatkan *electronic word of mouth* dan kepercayaan pelanggan yang bertujuan untuk mencapai minat beli yang maksimal.