

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian “Pengaruh Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Hubungan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian” studi kasus pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan aplikasi Shopee adalah sebagai berikut:

1. *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Kepercayaan mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan aplikasi Shopee. Hal tersebut menyatakan bahwa *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap Kepercayaan.
2. *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan aplikasi Shopee. Hal tersebut menyatakan bahwa *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.
3. Kepercayaan memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan aplikasi Shopee. Hal tersebut menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.
4. Terdapat pengaruh tidak langsung *Electronic word of mouth* melalui Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam penggunaan aplikasi Shopee. Hal ini menyatakan bahwa Kepercayaan memediasi hubungan antara *Electronic word of mouth* terhadap Keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. *Electronic Word Of Mouth*

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, saran terhadap pihak Shopee yaitu lebih dispesifikasikan kembali mengenai *fitur* detail produk di menu toko atau ulasan produk, kemudian untuk lebih menambah atau mewajibkan toko untuk memasang *fitur* gambar produk yang *real pict* sehingga konsumen dapat mengetahui secara jelas kondisi produk dan bisa memperkirakan harga produk tersebut. Selanjutnya untuk menu penilaian/ulasan diwajibkan sedetail mungkin, seperti menyediakan *fitur* deskripsi bahan,kecocokan warna, rate harga, dan gambar *real pict*, sehingga calon konsumen mendapatkan banyak informasi produk dari melihat ulasan produk dan bahkan akan merekomendasikan toko tersebut.

2. Kepercayaan

Informasi mengenai *rules/aturan* dan ketentuan pengiriman, pengembalian, atau lainnya untuk lebih diintensifkan, semua toko harus taat pada ketentuan yang sudah dibuat oleh Shopee, sehingga pembeli juga dengan mudah untuk memahami tentang ketentuan berbelanja di Shopee. Kemudian Shopee sebagai platform harus mengontrol dan menindak tegas toko-toko yang tidak sesuai berdasarkan temuan atau aduan dari pembeli, sehingga kepercayaan pembeli berbelanja di aplikasi Shopee tetap tinggi.

3. Keputusan Pembelian

Keutusan pembelian bisa terjadi jika keinginan konsumen dibarengi dengan kepercayaan dan ketertarikan akan produk. Mungkin hal yang perlu ditingkatkan lagi oleh Shopee yaitu voucher gratis ongkir tidak hanya di tanggal-tanggal terentu saja, melainkan bisa diusahakan dengan setiap *weekend*, atau setiap hari dengan potongan gratis ongkir 5-10%, atau menggunakan ketentuan minimal belanja atau minimal tarif ongkir. Bisa juga dengan cara lain yaitu menerapkan *gift* ketika sudah melakukan pembelian diatas 5 kali mendapatkan voucher grais ongkir, diskon, atau *cashback*.