

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *E-WOM* terhadap Keputusan pembelian pada konsumen Tik Tok Shop di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *E-WOM* maka Keputusan pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan persepsi harga terhadap Keputusan pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi harga maka Keputusan pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *trust* terhadap Keputusan pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *trust* maka Keputusan pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *E-WOM* terhadap *Trust* pada Tik Tok Shop di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin

baik *E-WOM* maka *Trust* pada Tik Tok Shop di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.

5. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan persepsi harga terhadap *Trust* pada Tik Tok Shop di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi harga maka *Trust* pada Tik Tok Shop di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.
6. Variabel *trust* dapat memoderasi *E-WOM* secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Madiun
7. Variabel *trust* dapat memoderasi persepsi harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Madiun

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat memberikan beberapa implikasi sebagai berikut:

1. Jika baik *E-WOM*, persepsi harga, dan *trust* dalam kondisi baik, maka Keputusan pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Madiun juga akan meningkat.
2. Jika terjadi peningkatan *E-WOM*, persepsi harga, dan *trust* pada Tik Tok Shop di Kota Madiun secara signifikan, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada Bagi peneliti lain, untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.