

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pada penelitian yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word-of-Mouth* tentang *Crowdfunding* Masamba terhadap Minat Berdonasi Dimediasi oleh Sikap Berdonasi”, maka didapatkan beberapa kesimpulan.

Pertama, e-WOM tentang *crowdfunding* Masamba memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap berdonasi sebesar 0.98 dan terhadap minat berdonasi sebesar 0.571. Hal tersebut membuktikan jika dengan adanya e-WOM tentang *crowdfunding* Masamba dapat menghasilkan sikap dan minat berdonasi. Akan tetapi, e-WOM tentang *crowdfunding* Masamba memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap sikap berdonasi.

Kedua, sikap berdonasi memediasi pengaruh antara e-WOM tentang *crowdfunding* Masamba terhadap minat berdonasi. Besar pengaruh tidak langsung dari e-WOM tentang *crowdfunding* Masamba terhadap minat berdonasi melalui sikap berdonasi adalah sebesar 40.9%. Hal tersebut membuktikan jika sikap berdonasi memang dapat berperan sebagai variabel *intervening* sehingga penting juga untuk memperhatikan sikap berdonasi seseorang.

## **5.2 Saran**

Setelah memperoleh hasil penelitian dan kesimpulan, serta mengetahui keterbatasan penelitian ini yang tidak mempertimbangkan algoritma dari ekosistem media sosial Instagram, maka diperoleh beberapa saran yang kiranya dapat berguna untuk pembaca atau penelitian selanjutnya, sebagai berikut.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Pada penelitian ini hanya membahas mengenai salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat seseorang berdasarkan *Theory of Planned Behaviour*. Oleh sebab itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat membahas faktor-faktor lainnya yang juga memengaruhi minat seseorang, seperti *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioural Control*. Populasi dan objek penelitian berikutnya juga dapat disesuaikan dengan situasi serta kondisi saat itu. Penelitian berikutnya juga bisa dilakukan secara kualitatif untuk mengetahui secara lebih dalam mengenai apa saja yang dapat memengaruhi minat seseorang.

### **5.2.1 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan jika e-WOM memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap serta minat berdonasi. Sikap berdonasi juga bisa menjadi mediasi antara pengaruh e-WOM terhadap minat berdonasi seseorang. Oleh sebab itu, masyarakat yang ingin menggalang dana atau membuat *crowdfunding* dapat memanfaatkan e-WOM untuk meningkatkan minat berdonasi seseorang sehingga diharapkan bisa mendapatkan donasi yang lebih banyak. Selain itu, dengan memanfaatkan e-WOM juga dapat memengaruhi sikap seseorang sehingga bisa berdampak juga pada peningkatan minat berdonasi.