

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang berjudul “Pengaruh E-WOM kolaborasi bersama mobile legends dalam instagram @InfinixId terhadap keputusan pembelian *smartphone*” ini mempunyai tujuan yaitu untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara e-wom kolaborasi bersama mobile legends terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* Infinix, serta untuk mengukur besar pengaruh yang dihasilkan antara variabel X dengan variabel Y. Agar dapat mengetahui tujuan dari penelitian ini, maka penyebaran kuesioner dilakukan kepada 150 responden untuk mengumpulkan dan menghasilkan data. Berdasarkan analisis yang telah diuraikan dan dibahas sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik untuk penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh antara e-wom (X) secara cukup besar atau bisa dikatakan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* Infinix (Y) yang dikarenakan nilai T hitung $>$ T tabel yaitu $9,836 > 1,649$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_a dapat diterima dan H_o dinyatakan tertolak. Variabel E-wom kolaborasi bersama mobile legends memiliki hubungan kuat terhadap keputusan pembelian konsumen *Smartphone* Infinix dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,885 dengan signifikansi 0,000 karena $p < 0,05$. Sehingga variabel dikategorikan positif dengan arah yang kuat.
2. Hasil dari regresi linear sederhana yang dilakukan menunjukkan bahwa besarnya R square adalah 0,383. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian konsumen dapat mempengaruhi variabel prefensi (E-wom mobile legends) sebesar 38,3%. Sedangkan terdapat 62,7% lainnya dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

3. Berdasarkan hasil pada penelitian ini, pola yang sama juga terlihat dimana konsumen mencari dan menantikan produk Infinix yang berkolaborasi bersama mobile legends, lalu konsumen memilih Infinix dikarenakan keunikan yang dimilikinya yaitu harganya murah dan memiliki performa yang sangat baik untuk bermain game, setelah itu timbulah ketertarikan mengenai Infinix yang berkolaborasi dengan mobile legends yang membuat konsumen mencari tahu lebih dalam terkait produk Infinix melalui berbagai media sosial salah satunya instagram kemudian mereka berencana untuk membeli produk infinix setelah mengetahui berbagai informasi terkait Infinix, setelah membeli mereka saling bertukar informasi dengan sesama pengguna Infinix yang bermain mobile legends dan akhirnya mengajak konsumen lainnya untuk mereferensikan produk Infinix lewat promosi Infinix di social media.

5.2 Saran

Dilihat dari hasil olahan data dan simpulan tersebut, terdapat saran yang sekiranya berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak, seperti perusahaan, brand, hingga perusahaan yang serupa, yaitu:

5.2.1 Saran Akademis

Dari hasil penelitian ini, disadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan, bahwa penelitian ini hanya dapat dilakukan pada responden akun @Infinixid yang bermain Mobile Legends. Oleh sebab itu, model yang dipakai dalam penelitian ini tidak dapat dipastikan untuk diterapkan pada bidang dan kolaborasi lainnya. Selain itu, rata-rata dari responden yang menjawab kuesioner ini mayoritas atau didominasi oleh responden laki-laki, sehingga hasil yang didapatkan kurang maksimal dikarenakan pendapat atau jawaban dari responden yang berjenis kelamin perempuan tidak begitu banyak.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa, dapat melakukan penelitian mengenai e-wom dan keputusan pembelian pada kolaborasi lainnya yang lebih baik agar data yang akan dihasilkan nantinya melalui responden dapat dikembangkan lebih lagi dari segi informasi yang didapat, data yang jelas dan akurat, serta melalui platform media sosial lainnya selain Instagram. Selain itu, agar penggunaan metode kuantitatif dalam penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa dapat menghasilkan informasi dan data yang lebih akurat dan mendalam.

5.2.2 Saran Praktis

Hasil pengolahan pada data dan seluruh simpulan yang telah dilakukan, dinyatakan bahwa kebanyakan dari 150 responden yang menjawab pernyataan kuesioner yang disebarkan menjawab setuju dan juga sangat setuju. Para pemilik bisnis seharusnya memperhatikan pola pemasaran teknik kolaborasi tersebut yang mana dalam penelitian ini mampu mempengaruhi keputusan pembelian smartphone Infinix dengan cukup baik. Tentunya dalam berkolaborasi yang terpenting adalah pemilihan brand mana yang memiliki persentase terkenalnya dalam benak masyarakat untuk mendukung terwujudnya tujuan dalam berkolaborasi dengan brand tersebut.

