

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh Intensitas, Konten dan Valensi Opini terhadap Minat Beli pada Warung Kudeta Mutiara Palace, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Intensitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli di Warung Kudeta Mutiara Palace dengan arah yang positif. Dalam hal ini berarti semakin baik intensitas yang dimiliki maka akan membuat minat beli semakin tinggi.
2. Konten berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli di Warung Kudeta Mutiara Palace dengan arah yang positif. Dalam hal ini berarti semakin baik konten yang diberikan maka akan membuat minat beli semakin tinggi.
3. Valensi Opini berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli di Warung Kudeta Mutiara Palace dengan arah yang positif. Dalam hal ini berarti semakin baik Valensi Opini yang diberikan maka akan membuat Minat Beli semakin tinggi.
4. Intensitas, Konten dan Valensi Opini berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Beli di Warung Kudeta Mutiara Palace. Hal ini mengindikasikan

bahwa dengan adanya Intensitas, Konten dan Valensi Opini yang baik tentunya akan mengakibatkan munculnya Minat Beli yang tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variable Intensitas bernilai baik dilihat dari segi banyaknya ulasan yang beredar di jejaring sosial. Namun menurut penelitian ini terdapat bahwa frekuensi ulasan pada Gofood mendapat persentase yang paling rendah. Maka dari itu diharapkan Warung Kudeta Mutiara Palace mampu meningkatkan kualitasnya sehingga mendapat ulasan positif yang lebih banyak melalui Gofood Review.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variable Konten bernilai baik dilihat dari segi baiknya penyajian konten yang dibuat oleh Warung Kudeta di jejaring sosial. Namun menurut penelitian ini terdapat bahwa penyajian konten melalui kualitas plating Warung Kudeta mendapat persentase yang paling rendah. Oleh karena itu diharapkan Warung Kudeta dapat meningkatkan penyajian konten berupa kualitas plating dengan lebih baik lagi untuk menunjang minat beli konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variable Valensi Opini bernilai baik dilihat dari segi banyaknya opini positif yang beredar di jejaring sosial mengenai Warung Kudeta. Namun dalam penelitian ini terdapat bahwa banyaknya ulasan positif melalui Google Review adalah

yang terendah persentasenya. Oleh karena itu diharapkan Warung Kudeta selalu memperhatikan kualitas yang diberikan kepada konsumen untuk menunjang ulasan positif melalui Google Review.

4. Berdasarkan hasil penelitian, maka ada faktor lain yang dapat mempengaruhi Minat Beli. Bagi peneliti lain, apabila ingin melakukan penelitian yang sama mengenai Minat Beli maka diharapkan dapat menggunakan variabel – variabel yang lain seperti harga, suasana toko, kualitas pelayanan ataupun melakukan penelitian yang lebih spesifik mengenai dimensi electronic word of mouth. selain itu peneliti lainnya dapat juga menambah atau mengganti tempat penelitian dan memperbanyak sampel penelitian.

