

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode PLS untuk menguji Pengaruh E-WOM dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di *Marketplace* Bukalapak (Studi Pengunjung *Marketplace* Bukalapak Di Surabaya), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli di *Marketplace* Bukalapak dengan memberikan kontribusi pada pengunjung *marketplace* Bukalapak yang berada di Surabaya. Semakin bagus komunikasi E-WOM yang dibentuk terhadap suatu produk, maka semakin meningkatkan minat untuk pembelian.
2. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli di *Marketplace* Bukalapak dengan memberikan kontribusi pada pengunjung *marketplace* Bukalapak di Surabaya. Semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, maka semakin meningkatkan juga minat untuk beli.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk Bukalapak dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan dalam komunikasi E-WOM yang dibentuk oleh *marketplace* Bukalapak lebih memperhatikan setiap komentar atau ulasan yang masuk ke dalam situsnya dan menanggapi dengan baik agar menambah kepercayaan serta minat beli dari konsumen.
2. Terkait dengan kepercayaan konsumen sejauh ini sudah bagus, maka dari itu *marketplace* Bukalapak harus bisa lebih meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen yang dimiliki para pengguna baik secara service pelayanan sehingga diharapkan minat pembelian konsumen juga mengalami peningkatan agar Bukalapak menjadi *marketplace* yang dapat selalu diandalkan oleh konsumen.