

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil uji t, secara parsial *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli *followers instagram* pada kain jumputan Palembang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,107 > 1,984$) dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa pengaruh E-WOM terhadap minat beli adalah berpengaruh positif dan signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Pengelola akun *instagram* pada kain jumputan Palembang dapat meningkatkan minat beli *followers*-nya dengan menambahkan dan mempercantik produk kain jumputan yang mereka jual di *instagram* supaya menarik.
2. Pengelola akun *instagram* pada kain jumputan Palembang dapat memperbaiki tampilan atau *feed instagram* dan menambahkan keterangan produk agar lebih rapih dan lebih lengkap.
3. Pengelola akun *instagram* pada kain jumputan Palembang sudah cukup baik, lebih baik lagi dengan meningkatkan pelayanan melalui *instagram* dengan *fast respon* jika ada yang bertanya mengenai produk kain jumputan.
4. Pengelola akun *instagram* pada kain jumputan Palembang dapat lebih aktif lagi dalam mengelola akun-nya.
5. Disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti

dalam penelitian, agar memperoleh hasil yang lebih variatif serta memperkaya teori yang ada.