

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang sudah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut;

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian diatas bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (Daya tarik iklan (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (X2) terhadap Minat Beli (Y), hal ini dibuktikan pada hasil uji F yang memiliki nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), atau dapat dilihat dari F hitung dan F tabel dimana nilai Fhitung > Ftabel yaitu ($36.771 > 3,09$) yang artinya H1 diterima. Adapun model regresi yang menjelaskannya sebagai berikut: $Y = 8,763 + 0,597 \text{ DTI} + 0,442 \text{ EWOM} + e$ fungsi ini digunakan untuk mengatasi permasalahan yang ada.
2. Variabel Daya Tarik Iklan (X1) secara parsial mampu mempengaruhi Minat Beli yang dapat dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), atau dapat dilihat dari nilai thitung > ttabel sebesar ($5.038 > 1,985$) yang artinya H2 diterima.
3. Variabel *Electronic Word of Mouth* (X2) secara parsial mampu mempengaruhi Minat Beli yang dapat dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) atau dapat dilihat nilai thitung > ttabel sebesar ($3.889 > 1,985$) yang artinya H3 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan di pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Daya Tarik Iklan yang berdimensi “Terpercaya” memiliki nilai terendah yaitu 3.98 dari indikator “Honda Vario memiliki iklan yang mudah di ingat oleh masyarakat”. Hal ini memiliki arti bahwa indikator tersebut memiliki nilai Baik. Namun kurang mempengaruhi responden dalam variabel Daya Tarik Iklan.
2. Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* yang berdimensi “Konten” pada indikator “Konten motor *matic* Honda Vario menarik perhatian konsumen” mendapatkan nilai rendah yaitu 3.90. Hal ini memiliki arti bahwa indikator tersebut memiliki nilai Baik. Namun kurang mempengaruhi responden dalam variabel *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*.
3. variabel Minat Beli yang berdimensi “Minat Eksploratif” pada indikator “Saya menanyakan informasi tentang sparepart produk motor *matic* Honda Vario kepada teman atau kerabat” mendapatkan nilai rendah yaitu 3.72. Hal ini memiliki arti bahwa indikator tersebut memiliki nilai Baik. Namun kurang mempengaruhi responden dalam variabel Minat Beli.