

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Mengacu pada perhitungan serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian dengan judul “ Pengaruh Sikap generasi milenial, Media sosial, Dan *E-wom* terhadap minat beli (survey pada konsumen sepeda gunung merek exotic di Ponorogo)” yaitu:

1. Sikap Generasi Milenial (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli yang artinya bahwa sepeda gunung merk Exotic dapat memenuhi sikap generasi milenial yang cenderung berubah-ubah dan selalu mengikuti tren di masa pandemi covid-19 sehingga dapat mempengaruhi minat beli sepeda gunung merk Exotic di Ponorogo.
2. Media Sosial (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli yang artinya bahwa dengan adanya media sosial akan mempermudah konsumen dalam mengetahui segala informasi yang berkaitan dengan produk yang dibutuhkan, maka disimpulkan bahwa media sosial mampu mempengaruhi minat beli konsumen.
3. *Electronic Word Of Mouth* (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli yang artinya para konsumen dapat mengetahui informasi positif maupun negatif mengenai sebuah produk melalui media elektronik dan berminat membeli sepeda gunung merk Exotic di kota Ponorogo
4. Sikap Generasi Milenial (X_1), Media Sosial (X_2) dan *Electronic Word Of Mouth* (*E-WOM*) (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli (Y) yang artinya bahwa sikap pada generasi milenial yang cenderung berubah-ubah,

adanya media sosial yang memudahkan konsumen mencari informasi dan Electronic Word Of Mouth yang positif terhadap produk sepeda gunung merk Exotic di kota Ponorogo mampu mempengaruhi minat beli konsumen.

B. Saran

Mengacu pada hasil penelitian ini, memberikan kemampuan bagi peneliti untuk memberikan saran pada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi obyek penelitian

- a. Variabel Sikap Generasi Milenial (X_1) memiliki nilai pernyataan terendah adalah “Sebagai generasi milenial saya selalu mengikuti trend”. Oleh sebab itu, diharapkan para generasi milenial untuk memanfaatkan trend yang dapat digunakan sebagai peluang mendirikan usaha untuk memperoleh keuntungan.
- b. Variabel Media Sosial (X_2) memiliki nilai pernyataan terendah adalah “saya menjadi lebih mudah mencari informasi karena adanya media sosial”. Oleh karena itu, diharapkan para konsumen memanfaatkan teknologi yang ada seperti media sosial untuk meperoleh informasi yang dibutuhkan sebelum yakin membeli sebuah produk.
- c. Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X_3) memilki nilai pernyataan terendah adalah “Melalui media sosial saya dapat memperoleh informasi positif mengenai sepeda gunung merek Exotic kepada orang lain”. Oleh sebab itu, diharapkan para konsumen memberikan *review* positif mengenai sebuah produk di media sosial supaya orang lain dapat terpengaruh untuk berminat terhadap sebuah produk.