

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan terhadap Minat Kunjung Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 di Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh antara *Electronic Word of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan terhadap Minat Kunjung Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19, dapat dilihat dari hasil analisis statistik dengan menggunakan SPSS versi 26. Berdasarkan hasil f hitung adalah $66,459 > F$ tabel yaitu 3,09, dan besarnya koefisien determinasi sebesar 0,579 hal ini menunjukkan persentase sumbangan pengaruh variabel independen *Electronic Word of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan terhadap variabel dependen Minat Kunjung Konsumen yaitu sebesar 57,9%.
2. Hasil pengujian secara statistik (uji t) diperoleh nilai t hitung pada variabel *Electronic Word of Mouth* sebesar 1,861 dan t tabel

sebesar 1,661. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap Minat Kunjung Konsumen, karena t hitung lebih besar dari pada t tabel, dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak.

3. Hasil pengujian secara statistik (uji t) diperoleh nilai t hitung pada variabel Tingkat Kepercayaan sebesar 7,281 dan t tabel sebesar 1,661. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Kunjung Konsumen, karena t hitung lebih besar dari t tabel, dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Dalam hal meningkatkan Minat Kunjung Konsumen Wisata Kuliner Pasar Lama, berdasarkan jawaban yang diperoleh dari responden tentang *electronic word of mouth* Pemerintah bagian

Budaya dan Pariwisata harusnya dapat lebih memanfaatkan pemasaran lewat media sosial seperti lebih aktif memposting, memberikan informasi karena akan memberikan dampak yang positif untuk konsumen dan untuk wisata itu tersendiri, serta dapat mempertahankan hubungan baik yang sudah terjalin dengan followers.

2. Dalam rangka meningkatkan Minat Kunjung Konsumen Wisata Kuliner Pasar Lama, pemerintah perlu lebih memerhatikan kualitas, dan kuantitas Wisata Kuliner. Setidaknya harus dapat lebih mengatur kendaraan yang melintas di sepanjang jalan Kawasan Wisata Kuliner, para pedagang berbaris secara teratur agar tertib konsumen yang berkunjung, juga memerhatikan kebersihan lingkungan dari pihak pedagang dan para konsumen, dan meningkatkan kebersihan dan ke nikmatan cita rasa kuliner yang disajikan. Apabila *e-wom* dan tingkat kepercayaan lebih di tingkatkan maka akan lebih meningkatkan konsumen yang berkunjung.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat membahas variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Kunjung Konsumen dan memperluas pengkajian penelitian.

4. Peneliti juga memberikan saran kepada masyarakat umum (konsumen) untuk memperhatikan pemasaran yang dilakukan di media sosial atau media lainnya sehingga hal tersebut akan lebih memudahkan konsumen atau masyarakat untuk mendapatkan informasi sesuai yang diinginkan.