BAB V
KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan empiris variabel *external influences, interpersonal influences, social presence,* dan *social identity* terhadap *positive eWOM*. Berdasarkan hasil dan pembahasan pada analisis bab empat dan kerangka teoritis pada bab dua, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *social presence* terhadap *positive eWOM* berpengaruh signifikan. Hal ini terbukti dari *T-statistics* sebesar 5,786 atau >1,96 yang artinya bernilai signifikansi level 5%. Kemudian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *social presence* terhadap *positive eWOM* membuktikan hipotesis 1 dapat diterima. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian Akar & amp; Mardikyan (2018), Bagozzi (2016), Sur (2015), Hajli & Sims (2015), Kim et al., (2009) dan Qu & Lee (2011).
2. Variabel *social identity* terhadap *positive eWOM* berpengaruh signifikan. Hal ini terbukti dari *T-statistics* sebesar 2,088 atau >1,96 yang artinya bernilai signifikansi level 5%. Kemudian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *social identity* terhadap *positive eWOM* membuktikan hipotesis 2 dapat diterima. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian T. Zhou (2017), Z. Zhou et al., (2012), Casaló, Flavián, & Guinalíu (2010), Bigné et al., (2015), Shen et al., (2010), Qu & Lee (2011), Zhou (2011), dan Oh et al., (2014).

Vivian Trisca. Analisis Pengaruh Lingkungan Sosial Seorang Pengguna Aplikasi Travel Online untuk Melakukan Positive Ewom.
UIB Repository©2020

3. Variabel *social presence* terhadap *social identity* berpengaruh signifikan. Hal ini terbukti dari *T-statistics* sebesar 20,243 atau >1,96 yang artinya memiliki nilai signifikansi level 5%. Kemudian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *social presence* terhadap *social identity* membuktikan hipotesis 3 dapat diterima. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian Shen et al., (2010), Lee et al., (2011), dan Harmeling et al., (2017).
4. Variabel *social presence* terhadap *positive eWOM* dengan *interpersonal identity* sebagai variable moderating berpengaruh signifikan. Hal ini terbukti dari *T-statistics* sebesar 2,209 atau >1,96 yang artinya memiliki nilai signifikansi level 5%. Kemudian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *social presence* terhadap *positive eWOM* dengan *interpersonal identity* sebagai variable moderating. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian Li (2011), Sledgianowski & Kulviwat, (2009), Shen et al., (2011), dan Zhou (2011).
5. Variabel *social identity* terhadap *positive eWOM* dengan *interpersonal identity* sebagai variable moderating tidak berpengaruh signifikan. Hal ini terbukti dari *T-statistics* sebesar 0,768 atau <1,96 yang berarti tidak memiliki nilai signifikansi level 5%. Kemudian disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *social identity* terhadap *positive eWOM* dengan *interpersonal identity* sebagai variable moderating. Hasil pengujian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Li (2011), Sledgianowski & Kulviwat, (2009), Shen et al., (2011), dan Zhou (2011). Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian Chu & Kim (2011), Hsu & Lin (2010), Zhao et al., (2014), dan Casaló, Flavián, & Guinalíu (2011).

Vivian Trisca. Analisis Pengaruh Lingkungan Sosial Seorang Pengguna Aplikasi Travel Online untuk Melakukan Positive Ewom.
UIB Repository©2020

6. Variabel *external influences* terhadap *positive eWOM* berpengaruh signifikan. Hal ini terbukti dari *T-statistics* sebesar 4,526 atau >1,96 yang artinya memiliki nilai signifikansi level 5%. Kemudian sehinga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *external influences* terhadap *positive eWOM* membuktikan hipotesis 6 dapat diterima. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian Widhiarta & Wardana (2015), Chu & Sung (2015), Zhang et al., (2016), Shen et al., (2011), Bronner & De Hoog (2011), Bigne et al., (2017), Ho & Dempsey (2010), dan Ruiz-Mafe et al., (2014).

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini hanya dilakukan pada Kota Batam dimana responden berasal dari warga digital pengguna aplikasi *travel online* di wilayah Kota Batam. Dari hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) terdapat pengaruh *positive eWOM* sebesar 86.2% yang artinya terdapat 13.8% variabel lain selain variabel dependen yang dapat mempengaruhi variabel independen.

Dari hasil koefisien determinasi (*R Square*) terdapat pengaruh *social identity* sebesar 44.5% yang artinya terdapat 55.5% variabel lain yang dapat mempengaruhi *social presence*.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti memberikan rekomendasi sebagai saran, masukan, dan bahan pertimbangan. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan peneliti saat ini adalah sebagai berikut :

Vivian Trisca. Analisis Pengaruh Lingkungan Sosial Seorang Pengguna Aplikasi Travel Online untuk Melakukan Positive Ewom.
UIB Repository©2020

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *positive eWOM* berpengaruh signifikan terhadap elemen *social identity, social presence,* dan *external influences* maka diharapkan para pengguna aplikasi *travel online* agar mempertimbangkan penempatan variabel publisitas atau promosi di saluran media sosial.
2. Seiring semakin banyaknya waktu yang diluangkan oleh warga digital pada platform sosial media, sedangkan media tradisional seperti koran dan majalah mulai ditinggalkan oleh masyarakat, maka penulis menyarankan agar para pelaku penyedia jasa *travel online* untuk mengalokasikan *budget* publisitas atau promosi di platform sosial media, karena selain membantu dalam elemen *external influences,* publisitas atau promosi di saluran media sosial juga mampu mendatangkan penjualan secara langsung.

Vivian Trisca. Analisis Pengaruh Lingkungan Sosial Seorang Pengguna Aplikasi Travel Online untuk Melakukan Positive Ewom.
UIB Repository©2020