BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Minat Berkunjung *Followers* Akun Instagram @rummahgoa. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa variabel E-WOM yang terdiri dari tiga dimensi utama yaitu *Intensity* (Intensitas), *Valence of Opinion* (Valensi Pendapat), dan *Content* (Konten) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pengikut akun Instagram tersebut. Dimensi *Valence of Opinion* (Valensi Pendapat) memiliki rata-rata tanggapan tertinggi dibandingkan dimensi lainnya, menunjukkan bahwa ulasan atau rekomendasi positif dari pengguna lain, terutama dari orang yang dikenal, menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan dan daya tarik terhadap kafe Rummah Go'A. Sementara itu, dimensi *Content* (Konten) menunjukkan bahwa konten visual yang menarik seperti desain interior, suasana, dan menu kafe memiliki dampak signifikan dalam membentuk persepsi dan minat pengunjung.

Hasil uji R^2 menunjukkan bahwa variabel E-WOM memberikan pengaruh sebesar 33% terhadap variabel minat berkunjung (Y), sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa strategi pemasaran berbasis E-WOM di media sosial, khususnya Instagram, dapat secara efektif menarik perhatian dan meningkatkan minat berkunjung pada destinasi atau tempat usaha dengan konsep unik seperti Rummah Go'A. Penemuan ini juga memperkuat relevansi teori Elaboration Likelihood Model (ELM) dalam menjelaskan pengaruh pesan persuasif melalui jalur sentral dan periferal di media sosial terhadap perilaku konsumen.

Pengaruh Electronic.., Farras Ulfiyah Kurniawan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5.2 Saran

1. Pengembangan Model Teoritis, Penelitian ini telah mendukung teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dalam konteks media sosial, namun kedepannya, penelitian lanjutan bisa mengembangkan model ini dengan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan konsumen terhadap merek, pengaruh influencer, atau faktor psikologis lainnya. Hal ini akan membantu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh E-WOM terhadap minat berkunjung.
2. Untuk akun @rummahgoa agar meningkatkan interaksi di media sosial, akun Instagram @rummahgoa disarankan untuk meningkatkan intensitas interaksi dengan pengikut melalui unggahan konten menarik, seperti video interaktif, sesi tanya jawab, atau kompetisi kecil yang melibatkan pengguna.
3. Bagi pengikut akun Instagram @rummahgoa, diharapkan dapat lebih aktif berpartisipasi dalam memperluas promosi E-WOM. Pengikut dapat memberikan komentar, berbagi postingan menarik, serta mengunggah foto atau video saat berkunjung ke kafe dan menandai akun @rummahgoa. Partisipasi ini akan membantu meningkatkan visibilitas kafe dan memperkuat promosi dari mulut ke mulut secara digital.