

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Online customer review* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Utara. Hal ini berarti semakin baik review konsumen di *e-commerce* Shopee, maka keputusan pembelian akan meningkat
2. *Online customer rating* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Utara. Hal ini berarti semakin baik rating di *e-commerce* Shopee, maka keputusan pembelian akan meningkat.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Mitra Dagang Shopee
 - a) Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Para mitra dagang Shopee harus menjaga dan memberikan kualitas layanan dan kualitas produk yang terbaik. Karena dapat mempengaruhi review yang diberikan oleh konsumen. Sedikit kekurangan dapat mengecewakan konsumen dan melampiasakan ketidakpuasannya kepada review. Jika pembeli memberikan *review* yang negatif, dapat mengurangi rasa kepercayaan calon konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga semakin kecil terjadinya keputusan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

pembelian dan penjual harus membangkitkan reputasi toko online dengan cara mengevaluasi produk untuk meningkatkan penjualan.

- b) Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online customer rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi peringkat atau banyaknya simbol menandakan bahwa reputasi toko online bagus dan semakin tinggi terjadinya keputusan pembelian. Toko online dapat menggunakan *review* dan *rating* konsumen sebagai alat pemasaran, caranya dengan meningkatkan penggunaan dan pemberian dari *review* dan *rating* tersebut. Dalam mengatasi peringkat yang rendah atau simbol yang sedikit, penjual perlu mengevaluasi baik dari kualitas produk dan kualitas layanan dan meningkatkan mutu penjualan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menguji variabel lain terhadap keputusan pembelian, agar dapat mencakup variabel yang lebih luas dan dapat bermanfaat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.