

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Price* atau harga, tidak berpengaruh langsung positif terhadap keputusan pembelian. Ini menandakan bahwa siapa yang tidak mempengaruhi keyakinan dalam membeli produk karena rekomendasi orang lain. Dengan demikian keterjangkauan harga perlu diperhatikan sehingga dapat menggambarkan keyakinan seseorang dalam memilih produk karena rekomendasi orang lain.
2. *Review* atau ulasan berpengaruh langsung positif terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa siapa yang kredibel, percaya pada ulasan yang diberikan konsumen lain, serta informasi yang ada bermanfaat, maka akan mempengaruhi keyakinan dalam memilih produk karena rekomendasi orang lain dan tujuan dalam membeli produk, sehingga keputusan pembelian akan meningkat.
3. *Rating* atau peringkat berpengaruh langsung positif terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa siapa yang informasi rating dapat dipercaya, percaya pada rekomendasi yang diberikan pelanggan dan informasi rating yang bermanfaat maka akan mempengaruhi keyakinan dalam memilih produk, proses informasi dalam memilih merk dan tujuan pembelian konsumen akan meningkat.

4. *Price* atau harga,

tidak berpengaruh langsung positif terhadap *rating* atau peringkat.

Inimenandakan jika kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat, maka tidak akan mempengaruhi informasi *rating* dapat dipercaya, percaya pada rekomendasi yang diberikan pelanggan lain.

5. *Review* atau ulasan berpengaruh langsung positif terhadap *rating* atau peringkat. Inimenunjukkan bahwa sanyajika informasi online review yang kredibel, percaya pada ulasan yang diberikan pelanggan lain dan informasi yang ada bermanfaat maka akan mempengaruhi kepercayaan pada informasi *rating*, percaya pada rekomendasi *rating* yang diberikan pelanggan lain dari manfaat informasi *rating*.

B. Saran

Adapun saran yang bisadiberikan peneliti setelah melakukan penelitian ini ialah:

1. Bagi Aplikasi Shopee.id

- a. *Price* atau harga hendaknya dari pihak Shopee.id lebih memperhatikan konsistensi penetapan harga sehingga tidak terjadi perbedaan antara harga pada saat melihat di katalog Shopee.id dengan harga pada saat setelah logout barang yang dibeli.
- b. Pihak Shopee.id sebaiknya memperbaiki tampilan *online customer review* agar meningkatkan informasi yang *likable* yaitu membuat tampilan pada *online review* dengan variasi yang lebih menarik agar calon pelanggan merasa senang dan memudahkan calon pelanggan untuk memahami

deskripsi suatu produk sehingga calon konsumen tersebut merasa senang dengan informasi yang ada dalam *online shop Shopee.id* tersebut

- c. Pihak *Shopee.id* perlu meningkatkan *online customer rating* agar meningkatkan informasi yang *credible* kepada konsumen yaitu membuat tampilan dengan membuat variasi bentuk rating bintang yang lebih unik dan berbeda dengan rating yang ada pada media maupun *marketplace* lainnya.
- d. Untuk meningkatkan keputusan pembelian pihak *Shopee.id* perlu membenahi atau menambahi tampilan review agar pembeli dapat dengan mudah mendapat informasi tentang suatu produk, rating dengan bentuk bintang yang lebih baru hingga mudah dipahami serta penetapan harga yang sama saat setelah dan sebelum *check out* produk yang dibeli.

2. Bagaimana selanjutnya

Penelitian ini hanya terbatas pada tiga dimensi kualitas pelayanan, yaitu *price*, *review* dan *rating*, diharapkan bagaimana selanjutnya lebih memperluas dimensi sebuah penelitian, agar dapat mengetahui lebih banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang pada akhirnya dapat menjadi bahan masukan bagi pihak yang bersangkutan.