

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

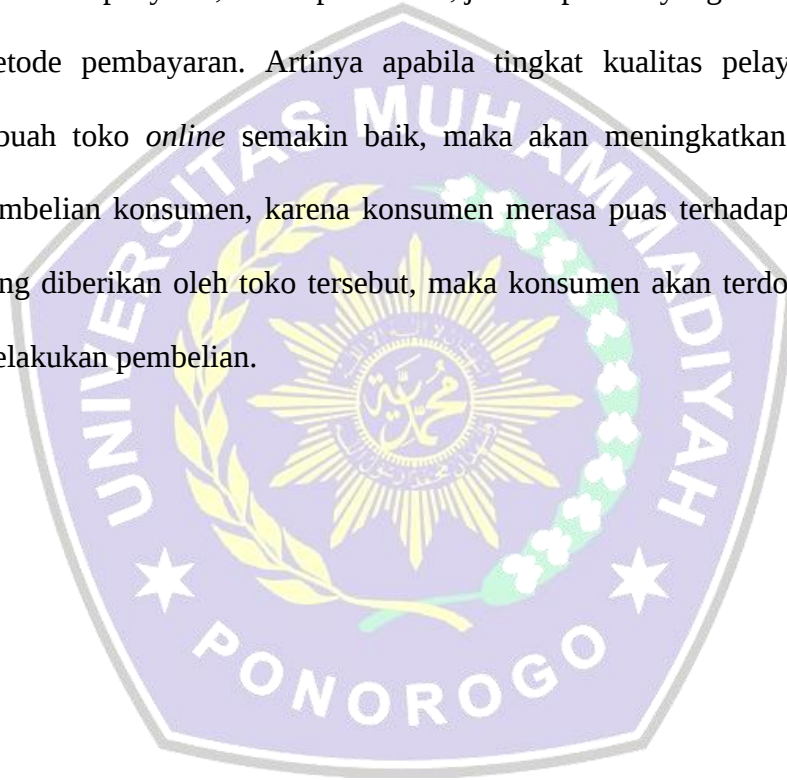
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Review product* pada *marketplace* shopee yang ditunjukkan melalui indikator kesadaran, frekuensi, perbandingan, dan pengaruh memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian melalui indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah produk yang akan dibeli, dan metode pembayaran. Artinya semakin tinggi dan positif ulasan yang dibaca oleh calon konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang akan dilakukan.
2. *Rating store* pada *marketplace* shopee yang ditunjukkan melalui indikator *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), *perceived enjoyment* (kesenangan yang dirasakan), dan *perceived control* (persepsi kontrol) memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian melalui indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah produk yang akan dibeli, dan metode pembayaran. Artinya semakin tinggi jumlah *rating* pada sebuah toko *online* pada *marketplace* shopee maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada toko tersebut, karena *rating* yang

tinggi menandakan bahwa toko tersebut terpercaya, baik kualitasnya dan baik pelayanannya.

3. *E-Serqual* pada *marketplace* shopee yang ditunjukkan melalui indikator desain web (*web design*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap, kepercayaan, dan personalisasi memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian melalui indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah produk yang akan dibeli, dan metode pembayaran. Artinya apabila tingkat kualitas pelayanan pada sebuah toko *online* semakin baik, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, karena konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh toko tersebut, maka konsumen akan terdorong untuk melakukan pembelian.



5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh, maka terdapat saran yang diberikan kepada *marketplace* shopee sebagai berikut :

1. Penelitian ini menemukan hasil bahwa responden penelitian merpersepsikan positif terhadap variabel *review product*, *rating store* dan *e-serqual* terhadap keputusan pembelian *online* pada *marketplace* shopee, sehingga diharapkan toko *online* di *marketplace* shopee tetap mempertahankan kualitas dari fitur *review product*, *rating store* dan *e-serqual* agar dapat meningkatkan performa penjual pada toko *online* di *marketplace* shopee, sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian calon konsumen.
2. Berdasarkan hasil *R-Square* pada tabel diatas sebesar 0.758 jika dibulatkan menjadi 0.76, mengacu pada nilai *R-Square* 76% yang berarti kontribusi variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 24% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini, sehingga diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan dan mengembangkan penelitian menggunakan model lain seperti menambahkan variabel mediasi atau moderasi sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *online* pada *marketplace* shopee sebagai bentuk pengembangan dari penelitian ini.