

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner dan analisis yang dilakukan mengenai pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* wanita pada *marketplace* Shopee, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Source credibility* terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* wanita pada *marketplace* Shopee. Dapat diartikan salah satu faktor terjadinya keputusan pembelian dikarenakan kekuatan persepsi pada ulasan konsumen sebelumnya yang dipercayai oleh calon konsumen lain.
2. Pilihan penyalur/penjual terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* wanita pada *marketplace* Shopee. Dapat diartikan salah satu faktor terjadinya keputusan pembelian dikarenakan konsumen diberi kemudahan dalam memilih penyalur yang diinginkan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *online customer review* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

5.2.1. Saran Praktis

Bagi Perusahaan :

- 1) Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *argument quality* (kekuatan argumen) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* wanita

pada *marketplace* Shopee. Apabila terjadinya keputusan pembelian oleh konsumen, maka penjualan dapat meningkat dan menjadi salah satu faktor yang menunjukkan kinerja perusahaan itu cukup baik. Oleh karena itu, hal ini harus menjadi fokus utama perusahaan dalam bisnisnya, untuk dapat mensortir mana saja ulasan konsumen yang memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk guna membantu konsumen dalam menentukan pilihan produk.

- 2) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* wanita pada *marketplace* Shopee. Perusahaan harus lebih memberikan daya tarik dengan keunggulan produknya agar dapat bersaing dengan *marketplace* lain dan memberikan banyak pilihan produk sesuai dengan pangsa pasarnya.

5.2.2. Saran Akademis

Bagi Pengemban Ilmu :

Disarankan bagi pengemban ilmu untuk memahami isi dari penelitian ini agar mendapat pengetahuan dan wawasan tentang penelitian ini, yaitu *online customer review* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan menunjang keberhasilan suatu usaha guna meningkatkan laba dan penjualan produk.

Bagi Peneliti Selanjutnya :

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti dengan metode yang sama tetapi dengan menambah variabel, unit analisis, dan sampel yang berbeda agar memperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep supaya dapat diterima secara umum.