

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini di antaranya:

1. *Customer review* berpengaruh terhadap *purchase intention* pada produk elektronik di *e-commerce* Tokopedia hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti dikarenakan *customer review* yang kredibel memberikan *insight* tentang seperti apa produk tersebut, ditambah lagi tingkat kepercayaan konsumen terhadap *customer review* sangat tinggi yaitu 70%.
2. *Customer rating* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* pada produk elektronik di *e-commerce* tokopedia hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti karena kepercayaan terhadap *e-commerce* di tokopedia sudah sangat tinggi dibandingkan *customer rating* yang belum tentu kredible dan banyak rating *dummy*.
3. *Rating volume* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* pada produk elektronik di *e-commerce* tokopedia hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti dikarenakan *e-commerce* tokopedia adalah platform yang menjual berbagai macam barang salah satunya barang elektronik dimana *rating volume* menggambarkan transaksi yang berhasil dan pada platform Tokopedia konsumen tidak lagi melihat dari jumlah transaksi dikarenakan seluruh transaksi di tokopedia sudah terjamin karena melewati rekening bersama.
4. *Information quality* berpengaruh terhadap *purchase intention* pada produk elektronik di *e-commerce* Tokopedia hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti dikarenakan dari segi *information quality* tokopedia menempati ranking 1 diantara *e-commerce* lainnya (Adellia, 2019).

V.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta simpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penulis memberikan saran kepada perusahaan agar dapat dijadikan masukan di kemudian hari, yaitu:

- a) Tokopedia diharapkan mampu meningkatkan kredibilitas dari fitur rating sehingga meminimalisir pengisian *rating* produk dari akun palsu/akun *dummy* guna peningkatan tingkat popularitas atas satu produk elektronik tersebut.
- b) Tokopedia dapat memberikan *reward* kepada konsumennya yang memberikan *review* maupun *rating*. *Reward* tersebut tentunya bisa berupa penurunan harga atau diskon bisa juga promo gratis ongkos kirim dan promo promo lainnya, cara ini tentunya menjadikan pemberian *review* dan *rating* secara sukarela oleh para konsumen yang menjadikan hasilnya pun kredibel serta relevan. Namun, terdapat kelemahan pula dalam cara ini yakni pengeluaran *budget* marketing yang harus dikeluarkan oleh Tokopedia akan bertambah guna pemberian promo atau potongan harga secara persisten pada konsumen yang memberikan *review* maupun *rating*.
- c) Tokopedia diharapkan mampu mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas pelayanannya *seller* yang ada di tokopedia dengan melanjutkan program “pusat edukasi *seller*” dan memperbanyak konten tentang *information quality*/deskripsi produk yang jelas dan kredible agar konsumen semakin nyaman, dan merasa dimudahkan ketika belanja secara *online* dikarenakan informasi yang lengkap.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti mendatang bisa memperluas demografi karena mayoritas dari sample penelitian yang dilakukan berasal dari jakarta dan berprofesi sebagai mahasiswa selain itu peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian pada *e-commerce* dengan industri yang berbeda dan

menambahkan variabel independen lainnya agar penelitian yang dilakukan lebih bervariasi mengenai faktor apa yang mempengaruhi *purchase intention* konsumen.