

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **IV.1 Simpulan**

Berdasarkan dari hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Pengaruh Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee pada Pengguna Aplikasi Shopee di Jakarta Timur, dapat disimpulkan bahwa:

Indikator kegunaan review konsumen online, karakteristik review konsumen, ketepatan waktu review, jumlah review, dan nilai review konsumen terhadap produk ataupun penjual pada variabel *Online Consumer Review* mampu memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga *Online Consumer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Selanjutnya pada penelitian ini menyatakan indikator pada variabel Harga tidak mampu memberikan manfaat dan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga tidak ada hubungan variabel harga terhadap keputusan pembelian.

Terakhir hasil dari penelitian ini menyatakan variabel Promosi mampu memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### **IV.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan merupakan implementasi dari hasil yang didapatkan dalam penelitian. Dimana diharapkan dapat berguna untuk pihak-pihak yang membutuhkannya. Dimana hal tersebut diuraikan sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

- 1) Penelitian ini dapat membantu sebagai referensi strategi pemasaran. Dimana dengan melihat *review* pada fitur *Online Consumer Review* yang tersedia pada aplikasi, sangat mempengaruhi konsumen pada saat melakukan keputusan pembelian. Hal ini akan memberikan dapat

berdampak positif ataupun negatif tergantung bagaimana perusahaan menanggapinya. Sehingga untuk kedepannya perusahaan dapat lebih menyeleksi dan memperhatikan perubahan pada toko-toko yang tersedia pada *marketplace* untuk lebih memperhatikan barang yang dijual agar sesuai dengan barang yang diterima oleh konsumen.

- 2) Selanjutnya dengan melihat promosi yang diberikan Aplikasi Shopee, sangat mempengaruhi pengguna pada saat melakukan Keputusan Pembelian. Sehingga untuk kedepannya *Marketplace* tetap mempertahankan Promosi yang diberikan kepada pengguna, karena dengan adanya promosi akan membuat pengguna aplikasi Shopee membuat pengguna melakukan keputusan pembelian.

#### b. Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas penelitian yang telah dilakukan peneliti, diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel yang telah diambil oleh peneliti supaya lebih beragam untuk mengetahui lebih dalam mengenai keputusan pembelian guna menambah kesempurnaan penelitian.