

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan mengenai *online customer review* dan harga terhadap keputusan pembelian masyarakat kota Banjarmasin pada *marketplace* Shopee, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *online customer review* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian masyarakat kota Banjarmasin pada *marketplace* Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan dari konsumen lain yang telah melakukan pembelian sebelumnya serta harga produk yang sesuai dan terjangkau membuat konsumen memutuskan membeli di *marketplace* Shopee.
2. Variabel *online customer review* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian masyarakat kota Banjarmasin pada *marketplace* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan adanya ulasan atau testimoni konsumen lain memudahkan pelanggan dalam menambah informasi ketika ingin memutuskan pembelian.
3. Variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian masyarakat kota Banjarmasin pada *marketplace* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan harga yang dijual dalam *marketplace* Shopee

memiliki harga yang terjangkau, serta sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yaitu:

1. Bagi pihak PT. Shopee Indonesia sebaiknya terus melakukan peningkatan fitur dalam aplikasi serta peningkatan kredibilitas dari penjual atau toko yang ada di Shopee sehingga konsumen akan selalu membuat keputusan pembelian di aplikasi Shopee.
2. Bagi penjual (*seller*) atau toko untuk selalu memperhatikan *online customer review* dan harga yang sesuai dengan kualitas serta manfaat yang dirasakan. Kedua hal tersebut akan berpengaruh kepada ulasan atau reviu dari konsumen apalagi ulasan yang kurang baik. Untuk itu diharapkan penjual mendeskripsikan produk sesuai dengan barangnya serta harga yang terjangkau dan sesuai sehingga konsumen dapat memberikan ulasan positif dan calon konsumen tidak ragu membeli produk tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya dengan penelitian sejenis mengenai keputusan pembelian alangkah baiknya memperluas variabel yang diamati, seperti misalnya labelisasi halal, kualitas pelayanan, promosi dan lain sebagainya sehingga mendapatkan hasil penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi.