

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis pada bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Rating* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee di desa Tawangrejo. Yang bisa diartikan bahwa masyarakat desa Tawangrejo menggunakan informasi *rating* sebelum memutuskan membeli suatu produk.
2. Ulasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee di desa Tawangrejo. Yang dapat diartikan bahwa masyarakat desa Tawangrejo memanfaatkan informasi dari ulasan pelanggan sebagai informasi yang bisa mendukung keputusan pembelian yang akan dilakukan.
- 3.

### B. Saran

Sesuai dengan hasil analisis yang sudah dilakukan pada penelitian ini, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan shopee  
Untuk perusahaan shopee agar meningkatkan kinerja dari fasilitas *rating* dan ulasan pelanggan, mengingat fasilitas tersebut adalah salah fitur yang bisa dimanfaatkan calon konsumen untuk mencari informasi. Pihak shopee juga mengevaluasi hasil *rating* dan ulasan yang diberikan oleh konsumen, apabila *rating* dan ulasan pelanggan tidak sesuai dengan produk yang dijual maka pihak shopee dapat melakukan pemblokiran akun, karena hal tersebut dapat merugikan penjual. Selain itu, pihak shopee juga perlu menganalisis jika terdapat kecurangan penjual, yaitu membuat *rating* dan ulasan dengan cara manipulasi, maka pihak shopee wajib melakukan penonaktifan akun penjual dengan tujuan agar konsumen tidak dirugikan.
2. Bagi penelitian berikutnya  
Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian berikutnya, disarankan agar dapat menambahkan faktor lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian secara online, seperti *brand ambassador*, *brand trust*, foto produk, dan lain sebagainya, diharapkan agar hasil penelitian berikutnya menjadi lebih baik.

Selain itu, peneliti juga menyarankan agar pada penelitian berikutnya dapat melakukan penelitian tentang perbandingan ulasan negatif dan ulasan positif, dengan harapan untuk mengetahui manakah yang lebih mempunyai pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian.

