

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Pengaruh *Online Customer Review, Rating*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Bawang Putih melalui Shopee di Surabaya” yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen bawang putih melalui Shopee di Surabaya yaitu berjenis kelamin perempuan, berusia 27-31 tahun, berdomisili Surabaya Timur, berstatus menikah, pendidikan terakhir sarjana, bekerja sebagai wiraswasta, pendapatan Rp 4.375.000 – 8.750.000 per bulan, dan pengeluaran bahan pangan Rp 313.000 – 626.000 per bulan.
2. Variabel *online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya
3. *Online customer rating* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya
4. *Brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Perusahaan

1. Penjual dapat mengevaluasi kekurangannya dari segi kualitas, pelayanan, pengemasan, hingga pengiriman produk yang ditulis oleh konsumen melalui *online customer review*. Sehingga *review* tersebut menjadi motivasi bagi penjual untuk memperbaiki kekurangan yang ada.
2. Shopee perlu memperhatikan kemudahan akses *online customer review* agar konsumen merasa nyaman berbelanja di Shopee. Serta Shopee perlu

mempertimbangkan penilaian konsumen pada *online customer review* untuk dimasukkan ke dalam kategori sistem poin penalti penjual, agar mengetahui bagaimana kondisi penjual dan produknya dilihat dari penilaian konsumen. Pihak Shopee dapat menindaklanjuti penjual yang bermasalah dan memberikan kesempatan untuk memperbaiki. Apabila penjual tidak melakukan perbaikan, Shopee dapat menonaktifkan akun penjual tersebut.

5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan variabel *intervening* yaitu variabel kepercayaan, untuk mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung dari variabel *online customer review*, *rating*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian.