

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji variabel Brand Image dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee di Surabaya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Brand Image* memberi kontribusi terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra merek pada marketplace Shopee, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk pada marketplace Shopee.
2. *Online Customer Review* memberi kontribusi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik review yang di dapat oleh konsumen maka tingkat keputusan pembelian konsumen pada marketplace Shopee akan semakin meningkat.

1.2 Saran

Ada beberapa saran yang akan diberikan penulis untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini penggunaan marketplace Shopee untuk membeli suatu produk sudah digemari oleh sebagian besar masyarakat. Oleh sebab itu, marketplace Shopee harus selalu konsisten untuk menyediakan dan mengembangkan platform yang dapat membantu masyarakat dalam membeli produk sehingga terciptanya konsumen yang loyal.

2. Diharapkan Shopee dapat mendorong konsumen untuk selalu memberikan ulasan produk yang sudah diterima dengan benar dan sesuai kenyataan. Hal ini berguna bagi konsumen Shopee untuk meminimalisir resiko negatif dalam kegiatan berbelanja online serta membantu konsumen Shopee dalam menentukan keputusan pembelian.