

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh penilaian produk, promosi, dan layanan COD (bayar di tempat) terhadap keputusan pembelian marketplace shopee di Sidoarjo, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penilaian produk memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian. Artinya, penilaian produk yang baik mampu mendorong pelanggan untuk membuat keputusan pembelian di marketplace Shopee.
2. Promosi memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian. Artinya, promosi yang baik mampu mendorong pelanggan untuk membuat keputusan pembelian di marketplace Shopee.
3. Layanan COD (bayar di tempat) memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian. Artinya, layanan COD (bayar di tempat) yang baik mampu mendorong pelanggan untuk membuat keputusan pembelian di marketplace Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh penilaian produk, promosi, dan layanan COD (bayar di tempat) terhadap keputusan pembelian marketplace shopee di Sidoarjo, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Kepada perusahaan diharapkan dapat mendukung *seller* shopee dengan fokus menampilkan penilaian produk yang paling terbaik di laman utama produk shopee, hal ini dikarenakan berdasarkan hasil penelitian di atas, konsumen lebih sering menggunakan fitur penilaian produk sebagai sumber pencarian informasi terkait produk yang akan dibeli.
2. Kepada perusahaan diharapkan dapat lebih meningkatkan kualitas promosi yang ditawarkan, hal ini dikarenakan iklan yang berkualitas adalah iklan yang tidak terlalu mengganggu konsumen atau terlalu sering muncul, sehingga menjadikan iklan tersebut dapat melekat di pikiran konsumen (*top of mind/TOM*)
3. Kepada perusahaan diharapkan dapat mempertahankan kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen, sehingga untuk mewujudkan sebuah keputusan pembelian diharapkan perusahaan selalu berkomitmen dalam membangun kepercayaan pelanggan dengan memberikan garansi pembelian pada metode bayar di tempat.