

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji variabel Sales Promotion dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di marketplace Shopee, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sales Promotion memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian di marketplace Shopee karena semakin tinggi Sales Promotion yang ditawarkan, maka tingkat Keputusan Pembelian konsumen Shopee akan semakin meningkat.
2. Online Customer Review memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian di marketplace Shopee karena semakin baik review yang didapat oleh konsumen maka tingkat Keputusan Pembelian konsumen di marketplace Shopee akan semakin meningkat.

#### **5.2 Saran**

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang diberikan penulis untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut:

1. Sales promotion yang ditawarkan Shopee dengan menawarkan kupon berupa voucher gratis ongkos kirim mendapat tanggapan yang baik dari responden. Diharapkan Shopee mempertahankan serta tidak manipulatif dalam memberikan voucher gratis ongkir hanya berupa potongan sebagian

ongkos kirim tidak gratis 0 rupiah. Karena voucher yang diberikan dapat menghemat pengeluaran konsumen dalam berbelanja serta menarik konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

2. Diharapkan Shopee Indonesia 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 belanja online serta membantu konsumen Shopee dalam menentukan keputusan pembelian.