

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pengujian data menggunakan SEM-PLS dan pembahasan dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut :

1. *Online Customer Rating* memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Originote* pada *Marketplace Shopee*. Semakin tinggi *rating* yang diberikan oleh konsumen maka hal tersebut menjadikan produk tersebut sebagai rekomendasi untuk pembelian produk *The Originote*.
2. *Online Customer Review* memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Originote* pada *Marketplace Shopee*. Kesan yang baik terhadap produk *The Originote* akan mendorong munculnya keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

#### 5.2 SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka dapat dikemukakan beberapa saran antara lain sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran atau acuan bagi para penjual di *Shopee*. Agar lebih memperhatikan mengenai *rating* pada produk. Karena adanya fitur *online customer rating* memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk memilih suatu produk sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan, sehingga

konsumen dapat membuat membuat keputusan pembelian terhadap suatu produk.

2. Hasil dari penelitian ini dalam hal *online customer review* Hendaknya para penjual di Shopee agar lebih memperhatikan lagi isi dari ulasan atau *review* konsumen. Apabila ada *review* yang kurang baik pada produk akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan suatu produk tersebut. Jika terjadi hal tersebut maka penjual harus mengembalikan reputasi lagi dengan mengevaluasi produk untuk meningkatkan penjualannya.