

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode Partial Least Square (PLS) untuk menguji pengaruh promosi, online customer review dan persepsi online customer rating terhadap keputusan menggunakan Aplikasi Tokopedia di Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Promosi memiliki kontribusi terhadap keputusan penggunaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin sering dan menarik promosi yang dilakukan Tokopedia, maka semakin besar pula keyakinan pengguna di Surabaya untuk memutuskan menggunakan aplikasi tersebut.
2. *Online Customer Review* memiliki kontribusi terhadap keputusan penggunaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin banyak dan positif ulasan yang tersedia mengenai aplikasi Tokopedia, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengguna di Surabaya untuk menggunakan aplikasi tersebut.
3. Persepsi *Online Customer Rating* memiliki kontribusi terhadap keputusan penggunaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pengguna terhadap rating yang dimiliki aplikasi Tokopedia (*rating* bintang di App Store/Google Playstore), maka semakin besar keyakinan mereka untuk memutuskan menggunakan aplikasi tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka terdapat beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut :

1. Perusahaan Tokopedia disarankan untuk terus meningkatkan frekuensi dan kualitas promosi, khususnya yang di wilayah Surabaya. Promosi yang konsisten dan menarik dapat mendorong pengguna untuk lebih tertarik menggunakan aplikasi Tokopedia.
2. Perusahaan perlu memperhatikan dan mengelola *online customer review* secara aktif. Ulasan positif terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi. Oleh karena itu, Tokopedia dapat mendorong pengguna yang puas untuk memberikan ulasan serta segera menanggapi ulasan negatif dengan solusi yang memuaskan
3. Meningkatkan persepsi terhadap online customer rating, seperti rating bintang di App Store maupun Google Play Store juga sangat penting. Tokopedia sebaiknya meningkatkan kualitas dan performa aplikasinya agar tetap mendapatkan rating tinggi, karena hal ini berkontribusi pada persepsi positif dan kepercayaan calon pengguna untuk menggunakan aplikasi.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian dan mempertimbangkan faktor – faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi, seperti faktor harga, kemudahan navigasi aplikasi, atau kualitas layanan pelanggan.