

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil kajian yang dikerjakan peneliti tentang pengaruh *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Decision* yang Dimediasi oleh *Brand Image* pada produk Sambal “Dede Satoe” di Shopee maka dapat dinyatakan bahwa:

1. *Online Customer Rating* terbukti dapat memengaruhi *Brand Image* pada produk Sambal “Dede Satoe” di platform Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian rating yang baik dan tinggi dapat membentuk persepsi positif dari konsumen terhadap merek. Semakin tinggi penilaian rating yang diberikan konsumen maka semakin kuat *Brand Image* yang terbentuk di benak konsumen.
2. *Online Customer Rating* terbukti dapat memengaruhi *Purchase Decision* pada produk Sambal “Dede Satoe” di platform Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen melakukan pembelian ketika produk memiliki penilaian rating yang baik dan tinggi. Rating yang baik dan tinggi memberikan keyakinan kepada konsumen mengenai produk sehingga meningkatkan keputusan pembelian.
3. *Brand Image* terbukti dapat memengaruhi *Purchase Decision* pada produk Sambal “Dede Satoe” di platform Shopee. Hasil kajian memperlihatkan bahwa kesan merek yang bagus membentuk keyakinan dan kredibilitas konsumen dalam melakukan pembelian. Bertambah bagus *Brand Image* yang dimiliki merek atau produk, maka bertambah tinggi *Purchase Decision* konsumen terhadap produk Sambal “Dede Satoe” di platform Shopee.

4. *Brand Image* dapat memediasi pengaruh *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Decision* pada produk Sambal “Dede Satoe” di platform Shopee (*partial mediation*). Hasil kajian memperlihatkan bahwa *Online Customer Rating* bukan hanya mempengaruhi *Purchase Decision* secara nyata melainkan melalui *Brand Image* secara tidak nyata. Rating konsumen menciptakan kesan merek yang baik dan bagus sampai-sampai memperkuat keputusan pembelian konsumen terhadap produk Sambal “Dede Satoe” di platform Shopee.

5.1 Saran

Berdasarkan hasil kajian yang dikerjakan peneliti terdapat saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha Sambal “Dede Satoe” disarankan meningkatkan jumlah ulasan pelanggan melalui pemberian voucher pada pembelian berikutnya bagi konsumen yang memberikan rating dan ulasan di Shopee.
2. Pelaku usaha menerapkan program *follow-up review* dengan menghubungi konsumen setelah produk diterima untuk memperoleh umpan balik dan mendorong pemberian rating serta ulasan.
3. Pelaku usaha disarankan memperkuat *Brand Image* melalui konsistensi logo, desain kemasan, serta peningkatan promosi pada Shopee dan media sosial.
4. Pelaku usaha disarankan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan serta menerapkan promosi seperti diskon dan bundling untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong *Purchase Decision*.
5. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen pada platform *e-commerce*.