BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya sebagai berikut :

1. Dari penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa *online customer review* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di *shopee*
2. Dari penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di *shopee*
3. Dari penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di *shopee*
4. *Online customer review*, kualitas produk, dan gaya hidup secara keseluruhan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace shopee*.

6.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian serta simpulan diatas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Dari penellitian ini, maka diharapkan kepada pihak *marketplace shopee* harus menggunakan ulasan konsumen yang diberikan konsumen sebagai salah satu alat pemasaran utama, dengan meningkatkan penggunaan dan jumlah ulasan yang diberikan oleh konsumen. Ini akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra produk di *marketplace Shopee*. Kemudian Meningkatkan kualitas barang dengan menambah jumlah penjual yang memiliki penilaian produk yang baik. Hal ini akan membantu memperkuat persepsi konsumen bahwa produk yang ditawarkan di *marketplace Shopee* memiliki kualitas yang

baik. Serta pihak *marketplace shopee* juga Lebih selektif dalam menampilkan produk di halaman utama konsumen, seperti menampilkan produk yang relevan dengan pencarian terakhir yang dilakukan oleh konsumen. Langkah ini akan membantu meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih tepat.

Selain itu, perusahaan juga perlu mempertimbangkan gaya hidup konsumen agar dapat mencapai hasil yang optimal berdasarkan temuan dari penelitian ini.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan variabel yang diteliti dengan memasukkan faktor-faktor seperti kepercayaan, harga, promosi, kualitas pelayanan, fitur, dan aspek lainnya. Diharapkan bahwa penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi tambahan dalam pengetahuan akademis di bidang pemasaran ritel dengan memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen.
- Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan populasi dan sampel yang diteliti, tidak hanya terbatas pada kalangan Gen Z tetapi juga melibatkan kalangan Generasi X, Generasi Y, dan lainnya. Dengan melibatkan kelompok yang lebih luas ini, diharapkan hasil penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih representatif dan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen lintas generasi.