

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Bukalapak, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Variabel *online customer review* dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang artinya peningkatan kualitas *online customer review*, bersama dengan upaya untuk meningkatkan keamanan dan perlindungan konsumen, dapat membantu Bukalapak memperkuat posisinya di pasar *e-commerce* dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta volume penjualan.

Variabel *online customer rating* dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang artinya peningkatan kualitas *online customer rating*, bersama dengan upaya untuk meningkatkan keamanan dan perlindungan konsumen, dapat membantu Bukalapak memperkuat posisinya di pasar *e-commerce* dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta volume penjualan.

5.2 Saran

Penelitian ini menghasilkan beberapa saran lembaga terkait, sebagai berikut :

Bagi Perusahaan, hasil ekstraksi informasi dari ulasan-ulasan yang telah diberikan oleh pengguna khususnya ulasan yang berbentuk negatif dapat dijadikan bahan evaluasi dalam peningkatan kepuasan pengguna dan memberikan pelayanan semaksimal mungkin, serta untuk pengembangan pembaharuan aplikasi serta bisnis selanjutnya. Perusahaan harus mempertimbangkan kembali pembelian pelanggan, meningkatkan keputusan pembelian, perusahaan hendaknya menjaga dan meningkatkan *review* dan *rating* pada aplikasi Bukalapak. Jumlah keputusan pembelian yang dibuat di pasar Bukalapak akan meningkat seiring dengan jumlah *review* dan *rating* yang diberikan pengguna aplikasi Bukalapak.

Bagi peneliti Selanjutnya diharapkan untuk mengoptimalkan waktu penelitian untuk meneliti masalah dengan lebih baik. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengeksplorasi lebih banyak responden untuk mengetahui apakah jumlah responden memengaruhi hasil penelitian. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengeksplorasi variabel tambahan yang mempengaruhi keputusan pembelian.