

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penjelasan mengenai pemaparan output pengujian diatas maka bisa diperoleh kesimpulan yang bisa penulis rincikan mengenai hasil analisis tentang riset ini antara lain adalah:

1. Pada penelitian ini secara parsial *customer rating* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Kota Batam. Output pengujian mendapatkan nilai uji $T_{hitung} 1,826 < T_{tabel} 1,971$ dan nilai signifikansi $0,069 >$ dari $0,05$.
2. Pada penelitian ini secara parsial pengiklanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Kota Batam. Output pengujian mendapatkan nilai uji $T_{hitung} 3,351 > T_{tabel} 1,971$ dan nilai signifikansi $0,01 <$ dari $0,05$.
3. Pada penelitian ini secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Kota Batam. Output pengujian mendapatkan nilai uji $T_{hitung} 4,174 > T_{tabel} 1,971$ dan nilai signifikansi $0,00 <$ dari $0,05$.
4. Pada penelitian ini secara simultan variabel *customer rating*, pengiklanan dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Kota Batam. Hasil pengujian ini mendapatkan nilai uji $f_{hitung} 14,565 > f_{tabel} 2,65$ dan nilai signifikansi $0,00 <$ dari $0,05$.

5.2. Saran

Melalui paparan output penelitian yang sudah selesai dianalisis, adapun saran yang bisa peneliti berikan:

1. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini semoga bisa menjadi sumber ilmu dan pengetahuan yang baru terkait masalah customer rating, pengiklanan dan kualitas pelayanan serta keputusan pembelian yang melibatkan objek e-commerce salah satunya adalah Shopee. Peneliti memberikan kesempatan bagi peneliti lain untuk bisa menggunakan hasil ini sebagai pedoman baru sehingga pengaplikasian teori dalam penelitian ini bisa berguna untuk proses pembelajaran.

2. Bagi Shopee

Shopee melalui penelitian ini diharapkan bisa mempermudah proses pemberian rating oleh pelanggan sehingga membuat pelanggan yang sudah pernah berbelanja pada sebuah toko bisa secara spontan memberikan penilaian yang kemudian bisa diterima oleh calon pelanggan lain. Shopee juga diharapkan bisa mendorong pengiklanan yang lebih giat dan pesat, yang mana segi pengiklanan akan mempengaruhi pengetahuan kepada orang-orang yang belum mengenal dengan jelas aplikasi Shopee. Dalam hal kualitas pelayanan shopee juga perlu memperhatikan kinerja admin dan customer service dalam hal menangani masalah kompleks dari pelanggan seperti kecepatan respon, ketepatan dalam menganalisa masalah dan hal lainnya.

3. Bagi Akademik

Melalui hasil ini semoga membantu dan menjadi manfaat kepada para akademisi untuk menjadi pedoman yang baru dalam menyusun atau meneliti penelitian yang membahas mengenai *issue* yang sejenis dikemudia hari.