

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Kesimpulannya, penelitian ini berfokus untuk menilai pengaruh review pelanggan, rating pelanggan, dan promosi gratis ongkir terhadap keputusan pembelian di Shopee. Setelah mengkaji secara mendalam bab-bab sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh *Online Customer Review*. Pengamatan ini didukung oleh temuan penelitian, yang menggambarkan bahwa *Online Customer Review* yang baik berkontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian suatu produk. Umpan balik positif dari pelanggan lama berfungsi meningkatkan kepercayaan dan merupakan bentuk validasi sosial. Berdasarkan penelitian (Cahyono & Wibawani, 2021) dan (Sianipar & Yustini, 2021) penelitian ini semakin menguatkan dampak positif dan substansial dari Ulasan Pelanggan Online terhadap perilaku pembelian.
2. *Online Customer Rating* mempunyai dampak positif dan penting terhadap keputusan pembelian, seperti yang ditunjukkan oleh pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini. Pengujian ini mengungkapkan hubungan yang menguntungkan dan signifikan antara *Online Customer Rating* dan keputusan pembelian. Produk atau jasa dengan rating yang tinggi

kemungkinan besar akan mendapatkan kepercayaan konsumen, sedangkan rating yang rendah akan mendorong konsumen untuk mencari alternatif pilihan. Konsisten dengan penelitian (Saputriani & Apriyati, 2022) dan (Mauli & Zulfebridges, 2022) penelitian ini menunjukkan hubungan positif yang signifikan secara statistik antara Peringkat Pelanggan Online dan Keputusan Pembelian Konsumen

3. Promosi pengiriman gratis memainkan peran positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, seperti yang ditunjukkan oleh uji penelitian. Konsumen tertarik pada platform belanja online yang menawarkan promosi gratis ongkos kirim yang menarik. Tidak adanya biaya pengiriman menimbulkan rasa kelonggaran dari pihak penjual sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Konsisten dengan penelitian (Abdullah, 2022) dan (Hakim et al., 2019) penelitian ini menunjukkan hubungan positif yang signifikan secara statistik antara Promosi Pengiriman Gratis dan Keputusan Pembelian konsumen.

5.2. Saran

Mempertimbangkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, saran-saran berikut diberikan untuk mengatasi permasalahan yang teridentifikasi yaitu:

1. Studi ini menawarkan pendekatan yang menjanjikan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada platform belanja online, khususnya menguntungkan PT. Shopee International Indonesia dalam mengejar pertumbuhan bisnis.

2. Dalam upaya menarik konsumen secara luas, diharapkan PT. Shopee International Indonesia akan mengadopsi strategi inovatif dengan memperkenalkan diskon pengiriman gratis untuk transaksi.
3. Wawasan yang diperoleh dari penelitian ini memiliki nilai yang signifikan bagi para sarjana di masa depan. Diskusi ini mengeksplorasi berbagai teori terkait *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan promosi pengiriman gratis.