

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Melalui pembahasan yang telah dipaparkan, berbagai ungkapan simpulan dapat diperlihatkannya di bawah ini:

1. *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam.
3. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam.
4. *E-WOM*, kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam.

5.2 Saran

Penelitian yang sudah dibahas sebelumnya, mengungkapkan berbagai saran yang akan disampaikan seperti tercakup pada detail berikut:

1. Bukalapak diharuskan untuk memperkuat upayanya dalam meningkatkan *E-WOM* sebagai strategi untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Mengingat bahwa konsumen cenderung mempercayai ulasan dari sesama pengguna sebagai referensi dalam pembelian. Oleh karena itu, Bukalapak harus lebih aktif dalam mendorong pengguna untuk berbagi pengalaman, baik melalui ulasan produk, ataupun rekomendasi di media sosial. Dengan begitu, Bukalapak

dapat menciptakan atmosfer yang mendukung keputusan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan di *platform* Bukalapak.

2. Bukalapak diharuskan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan yang dimiliki konsumen terhadap *platform* mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan menjamin transparansi di setiap aspek layanannya, seperti menyediakan informasi yang jelas mengenai kebijakan pengembalian produk, memastikan bahwa sistem pembayaran aman dan terlindungi, serta menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan ramah. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, Bukalapak akan mampu menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume pembelian.
3. Bukalapak diharuskan untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi atau situs web mereka. Hal ini akan dapat tercapai dengan memastikan bahwasanya navigasi situs atau aplikasi Bukalapak jelas dan tidak membingungkan, serta menyediakan fitur yang memudahkan konsumen untuk menemukan produk yang mereka inginkan dengan cepat. Penambahan fitur seperti pencarian produk yang lebih canggih, serta proses *checkout* yang lebih cepat dan praktis akan semakin meningkatkan kenyamanan para pengguna dan mendorong mereka untuk membuat keputusan pembelian yang lebih cepat.
4. Penelitian selanjutnya diharuskan untuk memperluas jangkauan dan cakupan analisis agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan memperluas variabel yang diteliti, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam. Penelitian yang lebih luas akan menyusun rekomendasi yang lebih

spesifik dan strategis bagi Bukalapak dalam menghadapi persaingan pasar dan memperbaiki layanan, sehingga akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen serta hubungan dengan pelanggan.