

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Temuan yang telah terdeskripsikan dalam pembahasan sebelumnya akan menghasilkan simpulan seperti dijelaskan pada penjabaran berikut:

1. *Ewom* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Blibli di Kota Batam sebesar 27,8%.
2. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Blibli di Kota Batam sebesar 20,0%.
3. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Blibli di Kota Batam sebesar 21,9%.
4. *Ewom*, citra merek dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Blibli di Kota Batam sebesar 76,0%.

5.2 Saran

Temuan yang telah terpapar dalam riset ini akan mengasilkan berbagai saran dengan penjelasan yang terinci berikut:

1. Blibli sebaiknya mengarahkan upaya untuk memperkuat *ewom* sebagai strategi utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif. Untuk mencapai tujuan ini, Blibli dapat memanfaatkan kekuatan ulasan dari pengguna, serta interaksi yang terjadi di berbagai media sosial. Melalui upaya ini, Blibli tidak hanya dapat membangun kredibilitas yang lebih kuat di mata para pembeli, sebagai elemen yang sangat penting dalam membentuk keputusan

pembelian, karena konsumen yang merasa yakin akan layanan yang ditawarkan lebih cenderung memilih Blibli sebagai pilihan utama mereka.

2. Blibli dianjurkan untuk lebih memfokuskan diri pada penguatan citra merek, mengingat bahwa citra merek yang baik dan positif dapat memberikan pengaruh besar dalam menarik perhatian dan keputusan pembelian konsumen. Konsumen yang memiliki kedekatan emosional dengan sebuah merek lebih mungkin untuk memilih merek tersebut daripada para pesaingnya. Oleh karena itu, Blibli dapat memperkuat citra merek melalui suatu pengelolaan *branding* yang konsisten, peningkatan kualitas pelayanan, serta penciptaan hubungan yang erat dengan pelanggan yang dapat meningkatkan rasa kepuasan.
3. Blibli disarankan untuk memberikan perhatian pada kemudahan penggunaan dan navigasi *platformnya* sebagaimana salah satu prioritas yang utama. Proses belanja yang sederhana dan efisien sangat penting untuk mengurangi tingkat frustrasi konsumen, sekaligus dapat meningkatkan kemungkinan mereka untuk menyelesaikan suatu transaksi. Dengan memberikan pengalaman belanja yang nyaman dan bebas hambatan, Blibli dapat meningkatkan tingkat konversi, yang pada gilirannya akan meningkatkan keputusan pembelian dan juga hubungan jangka panjang dengan konsumen.
4. Penelitian lebih lanjut mengenai topik ini sangat disarankan untuk memperluas jangkauan dan cakupannya, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan relevan dengan perkembangan pasar yang ada. Penelitian yang melibatkan variabel tambahan atau fokus pada segmen pasar yang lebih spesifik dapat memberikan perspektif baru yang lebih komprehensif dan juga menarik.

Dengan cara ini, studi-studi berikutnya dapat menghasilkan temuan yang lebih aplikatif dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap strategi bisnis dan pemasaran yang dapat diterapkan oleh perusahaan seperti Bibli.