

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka mendapatkan hasil atau kesimpulan sebagai berikut:

1. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini mengindikasikan fitur *OCR* pada Lazada mampu mempengaruhi konsumen di Tangerang Selatan untuk melakukan Keputusan Pembelian, konsumen menyadari kegunaan yang dirasakan dengan hadirnya fitur *OCR* merupakan suatu yang berarti untuk konsumen Lazada di Tangerang Selatan dalam menentukan pembelian, karena semakin banyaknya ulasan membuat semakin menjadi penentu konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.
2. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust*. Hal ini mengindikasikan *OCR* pada Lazada mampu mempengaruhi konsumen di Tangerang Selatan dalam menambah keyakinan dan kepercayaan konsumen. Dengan semakin banyaknya *review* positif yang ada pada Lazada maka akan semakin membuat konsumen percaya terhadap suatu produk di Lazada. Selain itu, semakin besarnya ulasan positif juga akan menjadikan citra produk pada Lazada semakin bagus.
3. *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini mengindikasikan *E-Trust* mempengaruhi konsumen di Tangerang Selatan dalam menentukan pembelian, karena dalam melakukan transaksi online perlu adanya rasa *e-trust* yang dimiliki konsumen kepada Lazada. Konsumen Lazada di Tangerang Selatan percaya bahwa Lazada memiliki kemampuan untuk menyediakan kebutuhan serta keinginan konsumennya, dan konsumen dapat mengambil keputusan pembelian di Lazada karena Lazada dapat memberikan sesuai harapan konsumen baik *product* maupun jasa.

4. *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *E-Trust*. Hal ini mengindikasikan fitur *OCR* pada Lazada dapat mempengaruhi konsumen di Tangerang Selatan saat membuat keputusan pembelian melalui *E-Trust*. *OCR* dapat membangun rasa kepercayaan konsumen dengan semakin banyaknya *review* positif akan semakin menambah kepercayaan konsumen untuk melakukan Keputusan Pembelian pada Lazada di Tangerang Selatan.

5.2 Saran

Berlandaskan kesimpulan yang ada, peneliti memiliki saran terkait dengan penelitian ini. Diantaranya yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Bagi Lazada untuk terus mempertahankan fitur *Online Customer Review* dengan tujuan agar tetap mempertahankan kepercayaan yang dimiliki konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Lazada dan Lazada juga harus tetap menjaga kualitasnya terutama dalam kualitas pemberian informasi terkait kelebihan dan kekurangan produk agar konsumen tidak merasa kecewa sehingga *review* yang diberikan konsumen nantinya merupakan *review* yang bersifat positif bukan *review* yang bersifat negatif, karena fitur *online customer review* memberikan persepsi terhadap konsumen lainnya. Namun jika terjadi *review* negatif dari konsumen, peneliti menyarankan agar pihak Lazada dapat menanggapi *review* negatif tersebut dengan menangani keluhan yang dihadapi agar konsumen merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam berbelanja di Lazada sehingga *review* negatif tersebut dapat dihapus oleh konsumen yang sudah membuatnya atau dapat membuat *review* baru yang bersifat positif agar mendapatkan persepsi yang baik dari konsumen lainnya dan bisa bersaing dengan *marketplace* lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti hanya menggunakan tiga variabel sebagai dasar penelitian ini. Diharapkan variabel tambahan yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya. Seperti kualitas produk, harga, promosi, dan sebagainya yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya juga perlu memperlebar cakupan penelitian untuk menyempurnakan penelitian ini.