

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengukuran kualitas produk, rating *Online* produk dan ulasan *Online* produk terhadap keputusan pembelian pada toko *Online* shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya), dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko *Online* shopee di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2017.
2. Rating produk *Online* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko *Online* shopee di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2017.
3. Ulasan produk *Online* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko *Online* shopee di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2017.
4. Kualitas Produk, Rating Produk *Online* dan Ulasan Produk *Online* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko *Online* shopee di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2017.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk Didalam penjualan memang sangat penting dan paling diutamakan untuk saat ini. Karena kebanyakan dari konsumen produk dengan kualitas yang terbaik termasuk dalam pembelian produk di toko *Online* shopee. Maka dari itu toko *Online* shopee harus selalu mengedapankan kualitas produk terbaiknya agar selalu menarik hati konsumen.
2. Rating produk *Online* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Peringkat yang semakin tinggi menandakan reputasi penjual dan produk yang bagus. Untuk mengantisipasi peringkat yang rendah maka penjual perlu memperhatikan kualitas produk sama halnya dalam mengantisipasi ulasan yang buruk. Perlu membuat strategi agar konsumen tidak memberikan peringkat yang rendah seperti memberikan harga yang murah, memberikan diskon dan memberikan ganti rugi jika ada ketidak barang yang dipesan dengan begitu konsumen tidak jadi memberikan peringkat yang rendah.
3. Ulasan produk *Online* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu para penjual di Shopee perlu mengutamakan kualitas baik dari segi produk maupun layanan. Karena sedikit kekurangan dapat mengecewakan konsumen dan akan melampiaskan ketidakpuasan melalui review. Jika terdapat review yang buruk tentu sudah mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Jika terjadi komplain di review maka penjual harus mengembalikan reputasi lagi yaitu dengan mengevaluasi produk dan meningkatkan mutu penjualan.
4. Kualitas produk, rating produk *Online* dan ulasan produk *Online* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Karena pentingnya rating dan ulasan, toko *Online* shopee harus menggunakan rating dan ulasan sebagai salah satu *tools* marketing utama, caranya dengan meningkatkan penggunaan dan pemberian dari rating dan ulasan tersebut.