BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Marketplace Shopee di kalangan generasi Y dan Z Teluk Pucung Kota Bekasi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H1 yang menyatakan bahwa Online Customer Review (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Fashion pada Marketplace Shopee di kalangan generasi Y dan Z Teluk Pucung Kota Bekasi. Maka Hipotesis pertama terbukti dan diterima. Dengan demikian Online Customer Review diperlukan karena ulasan atau komentar yang diberikan pelanggan yang sudah melakukan pembelian pada produk tersebut calon pelanggan akan lebih mudah untuk mencari perbandingan produk serupa yang juga dijual oleh penjual online lainnya tentunya juga dapat dijadikan acuan untuk calon pelanggan dalam memutuskan keputusan pembelian pada suatu produk fashion yang akan di beli.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H2 yang menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Fashion pada Marketplace Shopee di kalangan generasi Y dan Z Teluk Pucung Kota Bekasi. Maka Hipotesis kedua terbukti dan diterima. Apabila satu pihak mempunyai keyakinan bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada kepercayaan. Maka dari itu Kepercayaan Pelanggan sangat penting untuk di bangun dan dijaga oleh perusahaan. Saat kepercayaan yang diberikan pelanggan semakin tinggi tentu akan dapat dijadikan ukuran dalam menumbuhkan keputusan pembelian pelanggan untuk melakukan

pembelian produk fashion pada marketplace Shopee, Semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi keputusan pembelian..

3. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H3 yang menyatakan bahwa Online Customer Review (X1) dan Kepercayaan Pelanggan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Fashion pada Marketplace Shopee di kalangan generasi Y dan Z Teluk Pucung Kota Bekasi. Hipotesis tiga terbukti dan diterima. Maka masing-masing dari Online Customer Review dan Kepercayaan Pelanggan memiliki peranan yang sangat penting terhadap Keputusan Pembelian. Dimana kedua hal tersebut harus seimbang, dimana dalam hal ini kedua variabel tersebut akan mampu meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Marketplace Shopee di kalangan generasi Y dan Z Teluk Pucung Kota Bekasi.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka maka untuk meningkatkan keputusan pembelian produk fashion pada marketplace shopee di kalangan generasi Y dan Z Teluk Pucung Kota bekasi, penulis memberikan beberapa masukkan yang bermanfaat untuk Perusahaan Shopee dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

    a. Dari hasil peneliatian menunjukkan bahwa online customer review berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu para mitra Shopee perlu mengutamakan kualitas yang baik dari segi produk maupun layanan. Karena bila terdapat review yang buruk tentu saja akan mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

    b. Hendaknya Shopee lebih meningkatkan kepercayaan agar konsumen merasa aman dalam melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian produk fashion

melalui aplikasi Shopee pada kalangan generasi Y dan Z di Teluk Pucung Kota Bekasi.

2. Bagi Akademis

   Diharapkan mampu memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai Online Customer Review Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian. Dapat memberi kontribusi dan memperkaya khasanah ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.

3. Saran

   Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain atau faktor-faktor penyebab lain dalam penelitiannya. Untuk pelayanan refund produk sepertinya perlu dilakukan oleh setiap toko atau mitra Shopee, karena dengan adanya pelayanan ini maka calon pelanggan akan merasa yakin terhadap produk dan toko dan dapat mendorong keputusan pembelian pada Marketplace Shopee.

Pengaruh Online.., Helmi Thifal Salsabila, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022