

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (t) menunjukan bahwa variabel E-wom berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tokopedia. Hal ini dikarenakan nilai t-tabel (1,656) kecil dari t-hitung (2,237) dan nilai signifikansi ($0.027 \leq 0.05$).
2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (t) menunjukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tokopedia. Hal ini dikarenakan nilai t-tabel (1,656) kecil dari t-hitung (5,865) dan nilai signifikansi ($0.000 \leq 0.05$).
3. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (t) menunjukan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tokopedia. Hal ini dikarenakan nilai t-tabel (1,656) kecil dari t-hitung (2,130) dan nilai signifikansi ($0.035 \leq 0.05$).
4. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (F) menunjukan bahwa variabel yaitu E-wom, kualitas produk, dan harga secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tokopedia. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi ($0.000 < 0.05$).
5. Berdasarkan karakteristik responden diambil kesimpulan bahwa mahasiswa yang banyak melakukan pembelian online di tokopedia yaitu berjenis kelamin Perempuan, usia mahasiswa FEB UNIDHA yang banyak melakukan pembelian online di tokopedia yaitu usia 23 s/d 25 tahun.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan E-WOM Tokopedia harus meningkatkan ulasan positif seperti, Dorong pelanggan untuk memberikan ulasan setelah pembelian dengan menawarkan insentif seperti diskon pada pembelian berikutnya, tanggapi ulasan negatif dengan cepat dan profesional untuk menunjukkan bahwa Tokopedia peduli terhadap pengalaman pelanggan dan berupaya untuk memperbaiki masalah dan Sediakan fitur untuk ulasan video di platform. Ulasan video dapat memberikan gambaran lebih nyata tentang produk dan meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk melakukan pembelian di Tokopedia
2. Untuk meningkatkan kualitas produk Tokopedia harus perkuat proses verifikasi penjual untuk memastikan hanya penjual dengan reputasi baik yang bisa berjualan di Tokopedia. Ini membantu menjaga standar kualitas produk yang tinggi, Sediakan kebijakan pengembalian produk yang jelas dan mudah untuk menambah rasa aman bagi konsumen saat membeli produk, tawarkan program garansi pada produk tertentu untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk yang ditawarkan dan tambahkan label atau lencana kualitas pada produk yang memiliki ulasan tinggi dan rating baik agar konsumen percaya untuk melakukan pembelian di Tokopedia.
3. Untuk harga, Pastikan harga produk bersaing dengan pasar. Analisis harga kompetitor secara berkala dan sesuaikan harga produk jika diperlukan, gunakan promosi dan diskon secara strategis untuk menarik pembeli baru dan meningkatkan penjualan dan rutin lakukan survei untuk mendapatkan feedback langsung dari pelanggan tentang apa yang mereka sukai dan tidak sukai.

4. Dengan fokus pada e-WOM, kualitas produk, dan harga, Tokopedia dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, membangun loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin pasar di e-commerce.
5. Untuk peneliti yang akan dilakukan dimasa mendatang sebaiknya menambahkan variabel lain seperti rating, review dan faktor lainnya untuk memperbaik hasil penelitian selanjutnya.