

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian online pengguna Tokopedia di Kota Padang
2. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* konsumen Tokopedia di Kota Padang.
3. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Kota Padang.
4. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada konsumen Tokopedia di Kota Padang. Hal ini mengindikasikan bahwa *trust* sebagai variabel mediasi memperkuat pengaruh antara *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia di Kota Padang. Dimana jika *online customer review* meningkat dengan sendirinya akan meningkatkan *trust* kemudian *trust* juga akan meningkatkan pada konsumen Tokopedia di Kota Padang.

5.2 Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Oleh karena itu sebaiknya Tokopedia perlu meningkatkan kredibilitas fitur *review* sehingga

konsumen memiliki keyakinan bahwa apa yang telah disampaikan oleh konsumen sebelumnya benar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan kepada *reviewer* (pengulas) supaya memberikan ulasan dan penilaian secara jujur dan tidak ada niatan untuk menjatuhkan suatu produk atau merek. disarankan

- 2 Disarankan pihak Tokopedia harus terus mempertahankan dan meningkatkan reputasi baik yang telah dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat akan selalu menggunakan Tokopedia sebagai media berbelanja. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara peningkatan pelayanan yang terbaik, merespons segala keluhan dan komplain dari konsumen, dan memberikan kemudahan bagi konsumen yang mengajukan komplain. Dengan adanya peningkatan pelayanan dan kemudahan yang diberikan diharapkan rasa kepercayaan konsumen terhadap Tokopedia meningkat dan di masa mendatang konsumen akan melakukan pembelian ulang di Tokopedia sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen.