

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *online customer review* terhadap keputusan konsumen *online shop* shopee pada mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercubuana Yogyakarta dengan nilai  $t_{hitung} = 16,493 > t_{tabel} = 1,665$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel *online customer review* mampu memberikan sumbangan 74,7% terhadap variabel keputusan konsumen *online*, sedangkan sisanya 25,3% dipengaruhi dari faktor lain yang tidak dianalisis dan dimasukkan dalam analisis regresi.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil maka saran yang dapat diajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

##### **5.2.1 Saran untuk Konsumen**

5.2.1.1 Sebagai konsumen, penting untuk membaca ulasan dari berbagai pelanggan untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang produk yang ingin dibeli. Fokuskan pada ulasan yang memberikan detail mengenai kualitas, kelebihan, dan kekurangan produk untuk membuat keputusan yang lebih cerdas.

5.2.1.2 Semakin banyak ulasan yang diterima oleh produk, semakin besar kemungkinan informasi tersebut dapat memberikan gambaran yang akurat tentang produk. Ulasan yang lebih banyak dapat memberikan kepercayaan lebih pada calon konsumen.

5.2.1.3 Pastikan untuk memeriksa ulasan terbaru, karena produk atau layanan bisa saja mengalami perubahan dalam kualitas atau pengiriman. Ulasan terbaru lebih mencerminkan pengalaman terkini dengan produk atau penjual.

5.2.1.4 Ulasan negatif juga penting untuk menunjukkan potensi masalah yang mungkin tidak terlihat dalam deskripsi produk. Gunakan ulasan negatif untuk meminimalisir risiko konsumen.

## 5.2.2 Saran untuk Manajemen Shopee

5.2.2.1 Shopee bisa memperkuat sistem ulasan dengan menerapkan verifikasi yang lebih ketat, memastikan bahwa ulasan yang diberikan hanya oleh konsumen yang benar-benar melakukan transaksi. Ini akan meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap ulasan yang ada

5.2.2.2 Manajemen Shopee dapat mendorong konsumen untuk memberikan ulasan yang lebih detail, termasuk foto atau video produk yang digunakan, untuk membantu calon konsumen lebih memahami produk secara lebih jelas.

5.2.2.3 Shopee dapat mendorong penjual untuk secara aktif merespons ulasan pelanggan, baik positif maupun negatif, sebagai bentuk komitmen terhadap pelayanan dan meningkatkan pengalaman berbelanja. Respons

yang baik dari penjual akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap toko dan produk.

5.2.2.4 Shopee dapat memperbaiki sistem filter ulasan untuk memudahkan konsumen menemukan ulasan yang relevan, seperti memilih ulasan berdasarkan rating, jenis produk, atau pengalaman pengguna tertentu. Ini akan mempermudah konsumen dalam membuat keputusan konsumen yang lebih tepat.

5.2.2.5 Shopee dapat mempertimbangkan memberikan insentif kepada konsumen yang memberikan ulasan yang berguna dan informatif, misalnya dengan memberikan kupon atau diskon, sehingga meningkatkan kualitas dan kuantitas ulasan yang diberikan oleh konsumen.