

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* , *e-wom* dan *percieved risk* terhadap minat beli pada pengguna *online marketplace* Shopee di Bumiayu. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna *online marketplace* Shopee di Bumiayu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Image dari* suatu marketplace semakin meningkatkan Keputusan pembelian di Shoopee.
2. *E-wom* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna *online marketplace* Shopee di Bumiayu. Hal ini dikarenakan adanya ulasan *review* yang diberikan konsumen lain tidak dapat dipercaya, yang membuat responden atau konsumen lain menjadi bingung dan ragu untuk melakukan pembelian pada marketplace Shopee.
3. *Percieved risk* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna *online marketplace* Shopee di Bumiayu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan dan tanggung jawab yang diberikan kepada konsumen semakin meningkatkan keputusan pembelian di Shopee.

B. Saran

1. Bagi Shopee

- a. Dari variable *brand image* produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna *online marketplace* Shopee di Bumiayu, manfaatkanlah isi pesan/ informasi yang disampaikan melalui iklan di Shopee untuk membangun image atau citra yang baik pada konsumen .
- b. Dari variabel *e-wom tidak* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna *online marketplace* Shopee di Bumiayu, terdapat ulasan *customer review* konsumen yang kurang baik dikarenakan ada beberapa penjual yang tidak bertanggung jawab yang menyebabkan konsumen bingung untuk melakukan pembelian atau pada aplikasi Shopee.
- c. Dari variabel *percieved risk* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna *online marketplace* Shopee di Bumiayu, manfaatkanlah ulasan *rating* yang diberikan konsumen lain supaya memberikan kepercayaan untuk melakukan pembelian di Shopee.

2. Penelitian Mendatang

Penelitian ini memberikan kesempatan untuk peneliti lain terkait tempat dan budaya masyarakat di pedesaan yang belum terlalu mengenal tentang *online shop*.