

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *affiliate marketing*, *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee (Studi pada masyarakat Kota Ponorogo) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *affiliate marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee (Studi pada masyarakat Kota Ponorogo). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *affiliate marketing* maka keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee (Studi pada masyarakat Kota Ponorogo) juga akan semakin meningkat.
2. Variabel *online customer review* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee (Studi pada masyarakat Kota Ponorogo). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *online customer review* maka keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee (Studi pada masyarakat Kota Ponorogo) juga akan semakin meningkat.
3. Variabel *online customer rating* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee (Studi pada masyarakat Kota Ponorogo). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *online customer rating* maka keputusan pembelian di *e-commerce*

Shopee (Studi pada masyarakat Kota Ponorogo) juga akan semakin meningkat.

## **B. Implikasi dan Saran**

### **1. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian dapat memberikan beberapa implikasi sebagai berikut:

#### **a. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan agar digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi *Affiliate Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating*. Diharapkan penelitian ini akan mendorong perusahaan untuk mengambil tindakan dalam meningkatkan kualitas produk dengan tujuan akhir guna meningkatkan kepuasan konsumen.

#### **b. Bagi masyarakat**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Dengan mengetahui *Affiliate Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee di Kota Ponorogo, masyarakat dapat memiliki pemahaman yang lebih tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman mereka sebagai konsumen.

### **2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Pihak Penjual

- a. Penjual harus lebih menganekaragamkan jenis produk yang dijual pada *e-commerce* Shopee.
- b. Penjual diharapkan untuk terus meningkatkan promosi pada *e-commerce* Shopee.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan membaca deskripsi produk secara lebih rinci dan detail sebelum membeli produk pada *e-commerce* Shopee sehingga barang yang dipesan sesuai dengan keinginan.

3. Bagi Peneliti Lain

- a. Ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee yang tidak diteliti dalam penelitian ini
- b. Melakukan pengambilan sampel pada objek penelitian yang berbeda sehingga akan diperoleh hasil penelitian yang berbeda.