

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *E-Trust*, Promo Gratis Ongkir dan Ulasan Produk dan Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Tokopedia, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *E-Trust* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia di DKI Jakarta. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap platform, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan transaksi pada Tokopedia di DKI Jakarta.
2. Promo gratis ongkir memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Tokopedia. Keberadaan promo ini mampu mengurangi beban biaya tambahan, sehingga mendorong konsumen untuk lebih sering melakukan pembelian di Tokopedia di DKI Jakarta.
3. Ulasan produk memberikan pengaruh paling besar dibandingkan variabel lainnya terhadap keputusan pembelian pelanggan di Tokopedia. Ulasan yang ditulis oleh konsumen sebelumnya berfungsi sebagai referensi penting yang membentuk persepsi dan kepercayaan calon pembeli. Semakin banyak ulasan positif yang diberikan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian pada Tokopedia di DKI Jakarta.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai pengaruh *E-Trust*, Promo Gratis Ongkir dan Ulasan produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Tokopedia di DKI Jakarta, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Tokopedia sudah mampu mengadirkan *e-trust* kepada pelanggan karena mampu memberikan peningkatan keputusan pembelian. Namun Tokopedia perlu lebih memperhatikan detail produk yang dipesan, misalnya: deskripsi, spesifikasi, dan kesesuaian produk dengan pesanan.
2. Promo gratis ongkir efektif dalam menarik perhatian konsumen terhadap produk di Tokopedia. Namun, perlu diperhatikan meskipun promo gratis

ongkir menarik, konsumen tetap mempertimbangkan faktor selain promo dalam pengambilan keputusan pembelian.

Ulasan produk menjadi hal yang diperhatikan oleh pelanggan Tokopedia dalam proses pengambilan keputusan. Namun, dalam perlu diperhatikan bahwa konsumen Tokopedia tidak hanya terpaku pada ulasan, tetapi juga memperhatikan faktor lain seperti harga dan promo.

