

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Mengetahui gambaran mengenai pemahaman *online customer reviews* dan *online purchase decision*, yaitu:

- a. Gambaran *online customer reviews* dengan kontribusi skor rata-rata berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *online customer review* pada BukaOlshop mempunyai dampak kinerja yang bagus dari pengguna secara keseluruhan. *Online customer review* dapat dilihat dari beberapa dimensi, diantaranya:
  1. Gambaran *information quality* terhadap *online purchase decision* berada di kategori rendah.
  2. Gambaran *system quality* terhadap *online purchase decision* berada di kategori rendah.
  3. Gambaran *perceived usefulness* terhadap *online purchase decision* berada di kategori tinggi.
  4. Gambaran *intensity* terhadap *online purchase decision* berada di kategori tinggi.
  5. Gambaran *valence of opinion* terhadap *online purchase decision* berada di kategori tinggi.

Dimensi *perceived usefulness* memiliki penilaian persepsi responden paling tinggi, sedangkan penilaian paling rendah yaitu dimensi *information quality*, yang menunjukkan bahwa perbedaan persepsi pengguna sangat berperan penting dalam menciptakan *online purchase decision*, sehingga semakin baik perusahaan mengelola *online customer review* yang bersifat positif maka semakin besar juga dampak yang diberikan terhadap *online purchase decision*. Hasil kontribusi yang diberikan dari variabel *online customer reviews* paling besar dalam membentuk *online purchase decision* adalah dimensi *perceived usefulness*, sedangkan dimensi *online customer reviews* yang paling kecil membentuk *online purchase decision* adalah *information quality*.

- b. Gambaran *online purchase decision* dapat dilihat dari dimensi yang terdiri dari dimensi *product information, price sensitivity, security & trust, convenience & user experience, dan evaluation of options* yang masing-masing kontribusi skor distribusi berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja *online purchase decision* pada BukaOlshop sudah dikatakan baik secara keseluruhan. Dimensi yang memperoleh skor terbesar adalah dimensi *price sensitivity* dan skor terendah yaitu *product information*.

Mengetahui pengaruh mengenai *online customer reviews* terhadap *online purchase decision*, yaitu:

- c. Pengaruh *online customer review* terhadap *online purchase decision* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *online purchase decision* pada pengguna BukaOlshop di Indonesia secara keseluruhan yang terdiri dari dimensi:
1. *Information quality* berpengaruh terhadap *online purchase decision*.
  2. *System quality* berpengaruh terhadap *online purchase decision*.
  3. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *online purchase decision*.
  4. *Intensity* berpengaruh terhadap *online purchase decision*.
  5. *Valence of opinion* berpengaruh terhadap *online purchase decision*.

## 5.2 Rekomendasi

Rekomendasi terkait pemahaman halaman *online customer reviews*, yaitu:

- a. Penulis menyarankan BukaOlshop agar melakukan analisis mendalam terhadap kualitas informasi dengan cara menyediakan informasi layanan yang jelas terkait *online customer review* pada aplikasi yaitu melakukan konfirmasi dan verifikasi di playstore terhadap komentar buruk yang bermunculan supaya cepat diatasi dengan baik, sehingga dapat membangun jaringan kredibilitas yang semakin baik/positif.
- b. Penulis merekomendasikan BukaOlshop agar melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kebijakan privasi dan perizinan untuk menjaga keamanan data pengguna, memperbaiki keterbacaan, serta kemudahan akses, meningkatkan komunikasi efektif, menawarkan opsi privasi yang fleksibel, serta menanggapi

cepat setiap keluhan atau kekhawatiran pengguna terkait masalah akurasi informasi yang disediakan dengan cara menyajikan notifikasi terkait pembaharuan aplikasi, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan pengguna, serta mengurangi penolakan atau pembatalan pendaftaran yang disebabkan oleh masalah kebijakan privasi dan perizinan dari aplikasi.

- c. Penulis menyarankan beberapa langkah terhadap masalah kesulitan yang dialami pengguna BukaOlshop, antara lain: mengimplementasikan fitur sortir ulasan berdasarkan kriteria seperti tanggal, popularitas, dan relevansi, serta menambahkan filter lanjutan agar pengguna dapat menyaring ulasan berdasarkan kategori, ulasan terbaru, tingkat kepuasan, dan topik spesifik.
- d. Penulis memberikan masukan BukaOlshop agar dapat mendorong pengguna untuk memberikan ulasan yang lebih lengkap dan informatif di media sosial, menerapkan sistem balasan/*feedback* ulasan, menghilangkan komentar negatif dan mengintegrasikan ulasan positif dari sumber eksternal ke dalam *platform* BukaOlshop, kemudian mengumpulkan *databased* umpan balik dari pengguna tersebut untuk terus memperbaiki dan menyempurnakan intensitas pengguna ketika melihat sistem sortir, filter, dan tampilan ulasan di aplikasi BukaOlshop.
- e. Penulis menyarankan BukaOlshop untuk memberikan bonus dan layanan tambahan bagi *membership* pengguna yang sudah bersedia dan paling banyak membuat *konten review* agar diberikan *reward/gifts* dan *followup* terhadap pengguna yang sering menggunakan aplikasi berupa sistem naik level tahap rendah-tinggi bagi pengguna yang benar-benar loyal, program tersebut sangat penting agar intensitas dan partisipasi semakin baik dan meningkat.
- f. Penulis merekomendasikan BukaOlshop untuk memperbaiki kesan/citra pertama yang buruk di pikiran pengguna, Bukaolshop dapat melakukan beberapa hal, antara lain: meningkatkan kualitas produk dan layanan dapat dilakukan dengan perbaikan antarmuka pengalaman pengguna seperti memperbaiki tampilan navigasi menu di toko *online*, peningkatan fitur, penyediaan kualitas konten informasi produk/layanan yang lengkap dan akurat, deskripsi gambar, optimalisasi proses bisnis, pembaruan teknologi dan keamanan, merespons keluhan pengguna secara cepat dan efektif, serta

melakukan kampanye pemasaran yang bersifat positif.

- g. Penulis merekomendasikan BukaOlshop untuk meningkatkan keterlibatan dengan komunitas pengguna di grup telegram, ikut aktif dalam kegiatan kampanye sosial dan promosi iklan yang kreatif, dengan menerapkan strategi pemasaran secara komprehensif. Bukaolshop dapat secara proaktif memperbaiki kesan/citra pertama yang buruk di pikiran pengguna dan membangun kepercayaan serta loyalitas jangka panjang.
- h. Penulis menyarankan BukaOlshop dalam menyikapi pendapat buruk pengguna terhadap penilaian komentar negatif dan positif, Bukaolshop dapat melakukan beberapa hal secara komprehensif, untuk komentar negatif, Bukaolshop perlu menanggapi secara profesional dan konstruktif dengan memberikan klarifikasi, menunjukkan empati, menawarkan beberapa pilihan solusi, serta meminta masukan pengguna untuk perbaikan, sedangkan untuk penilaian positif, Bukaolshop dapat berterima kasih kepada pengguna, mempublikasikan testimoni mereka, serta menggunakannya sebagai dasar untuk meningkatkan layanan dan mempertahankan loyalitas.
- i. Penulis menyarankan Bukaolshop perlu memantau dan mengevaluasi komentar dan penilaian secara berkelanjutan untuk mengidentifikasi dan mengatasi isu-isu yang berulang, serta memperbaiki produk, layanan, dan pengalaman belanja, dengan pendekatan yang seimbang, Bukaolshop dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kepuasan pengguna dalam jangka panjang.

Rekomendasi terkait pemahaman *online purchase decision*, yaitu:

- a. Penulis merekomendasikan BukaOlshop agar dapat mengatasi keputusan tidak jadi membeli *online* pengguna dengan cara meningkatkan transparansi informasi produk seperti menyajikan harga, promosi, dan diskon secara jelas dan mudah diakses di laman produk serta memberikan notifikasi/pengumuman yang jelas kepada pengguna.
- b. Penulis menyarankan BukaOlshop agar bisa menyederhanakan tampilan navigasi aplikasi agar fitur-fitur penting dapat ditemukan pengguna dengan mudah.
- c. Penulis menyarankan BukaOlshop untuk meningkatkan komunikasi dan

keterlibatan dengan pengguna melalui email, dan respon atas ulasan negatif/keluhan pengguna.

- d. Penulis menyarankan kepada BukaOlshop agar menambahkan metode transaksi pembayaran yang lebih mudah dengan cara menambahkan fitur otomatis pembayaran jika sudah selesai dibayarkan, karena itu bisa memudahkan pengguna dan pengguna tidak perlu repot melaporkan kembali ke admin BukaOlshop.
- e. Penulis merekomendasikan BukaOlshop membangun fitur bantuan pengguna yang responsif dan menyediakan panduan penggunaan aplikasi yang komprehensif, sehingga BukaOlshop dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan pengalaman berbelanja *online* bagi pengguna.
- f. Penulis merekomendasikan BukaOlshop secara aktif menampilkan testimoni pelanggan yang positif dan kredibel di laman produk; 2) Memperkuat keamanan *website* dan aplikasi dengan sertifikat SSL yang valid; 3) Menyediakan jaminan garansi untuk transaksi dan pengiriman yang dapat diandalkan.
- g. Penulis menyarankan BukaOlshop dapat memberikan informasi yang transparan tentang jenis-jenis layanan premium yang tersedia, serta menjelaskan secara detail terkait perbedaan manfaat dan ketentuan yang jelas bagi setiap layanan paket *free*, pake pro dan paket bisnis yang tersedia dalam aplikasi.
- h. Penulis merekomendasikan BukaOlshop untuk menambahkan *thumbnails* khusus yang lebih berwarna, fitur emoji, dan memperbanyak jenis *font* tulisan yang *aesthetic* dan tulisan harus jelas terlihat, serta mendesain ulang tampilan aplikasi agar menarik perhatian pengguna dan memberikan kenyamanan mata pengguna yang mengakses aplikasi.
- i. Penulis menyarankan BukaOlshop untuk memperbaiki gaya komunikasi dengan memastikan admin menyapa pengguna dengan hangat dan ramah, memberikan penjelasan yang jelas dan konkret, merespons permintaan atau keluhan pelanggan dengan cepat dan profesional, serta menunjukkan konsistensi, personalisasi, dan transparansi dalam berkomunikasi, sehingga dapat meningkatkan kepuasan, loyalitas pengguna, dan memperkuat citra

positif aplikasi BukaOlshop. dalam menjalin hubungan yang lebih baik dengan pengguna yang tidak hanya memanfaatkan *platform* komunitas *online* BukaOlshop Official di telegram saja, tetapi mengoptimalkan strategi *omni-channel marketing* melalui berbagai saluran secara aktif baik, di Instagram, Youtube, Telegram, Email promosi, dan pertemuan/workshop *sharing to session* kepada *membership* yang sudah sukses menjalankan usaha.

- j. Penulis merekomendasikan BukaOlshop agar melaksanakan program secara *offline* dan aktif bersosialisasi kepada pengguna BukaOlshop di beberapa wilayah di Indonesia, supaya bisa menghadirkan semangat wirausaha dan meningkatkan jumlah pembelian secara online serta dapat meningkatkan kesadaran merek pengguna terhadap adanya aplikasi BukaOlshop.
- k. Penulis menyarankan kepada BukaOlshop agar mampu menganalisa setiap tantangan dan perubahan era yang semakin canggih, mempelajari kebutuhan, kekurangan aplikasi dan masukkan positif/negatif pengguna dijadikan sebagai dasar evaluasi dalam hal meningkatkan reputasi yang baik bagi perusahaan, BukaOlshop perlu aktif dalam membuat konten video di TikTok agar BukaOlshop lebih dikenal banyak orang dan memungkinkan video menjadi *viral/booming* untuk menjangkau pasar yang semakin besar dan luas dalam mendatangkan *influencer* dan *content creator* sebagai *brand ambassador* yang banyak dikenal dan memiliki banyak *followers* atau sedang viral agar menarik perhatian minat pengguna.