

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Riset terhadap 100 responden mengenai *Online Customer Review*, *Search Engine Marketing*, *Usage Intention*, dan *Usage Decision* Pengguna Shopee di Kota Semarang, disimpulkan menjadi

- a. *Online Customer Review* berpengaruh positif signifikan terhadap *Usage Decision*
- b. *Search Engine Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *Usage Decision*
- c. *Search Engine Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *Usage Intention*
- d. *Usage Intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *Usage Decision*
- e. *Usage Intention* mampu memediasi pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Usage Decision*
- f. *Usage Intention* mampu memediasi pengaruh *Search Engine Marketing* terhadap *Usage Decision*

4.2 Saran

Berdasarkan variabel penelitian ini, peneliti memberikan saran bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya sebagai berikut

4.2.1 Bagi Perusahaan

Shopee diharapkan memperhatikan beberapa hal berikut sebagai saran berdasarkan penelitian pada responden terkait keempat variabel yaitu *Online*

Customer Review, Search Engine Marketing, Usage Intention, dan Usage Decision.

a. Shopee diharapkan memperbaiki indikator *Relevance* pada *Online Customer Review* yang mana dinilai merepotkan jika harus mencari tanggapan perusahaan pada ulasan yang kurang baik dari pengguna. Shopee diharapkan dapat meletakkan tanggapan perusahaan *human generated* atas ulasan di baris paling atas sehingga dapat terlihat lebih awal oleh calon pengguna dan mempermudah memahami pengalaman pengguna. Tanggapan perusahaan tersebut sebagai bentuk tindakan solutif dan prioritas Shopee terhadap pengalaman pengguna.

b. Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap *Search Engine Marketing* Shopee menunjukkan indikator *Habit* dinilai kurang baik. Responden merasa bahwa tidak melihat *Search Engine Marketing* Shopee konsisten muncul (*habit*) dalam hasil pencarian. *Search Engine Marketing* tidak selalu sesuai memenuhi kebutuhan untuk hidup pengguna. Pihak Shopee disarankan untuk memperbarui variasi kata kunci, judul, dan deskripsi yang menarik dan relevan dengan kebutuhan pengguna *search engine* sehingga pengguna merasa dimudahkan dan merasa harus menggunakan *Search Engine Marketing* Shopee.

c. Shopee diharapkan dapat memperhatikan *Usage Intention marketplace* Shopee dengan memperbaiki indikator Kesadaran dan Pengetahuan yang mana mendapat tanggapan kurang baik dari responden. Shopee disarankan menciptakan pengalaman baik dari pengguna pada *Online Customer Review* sehingga menjadi pengetahuan yang dapat meningkatkan *Usage*

Intention calon pengguna. Shopee juga perlu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan melalui kampanye *Search Engine Marketing* yang menarik, informatif, dan tepat sasaran.

d. Shopee diharapkan memperbaiki *Usage Decision* terutama pada indikator Kemantapan pada Jasa karena mendapat tanggapan kurang baik dari responden. Shopee disarankan menyeleksi toko dengan baik dan ketat sehingga toko tersebut layak untuk masuk kategori Shopeemall dan mendapat lencana “*Mall*”. Selain itu, Shopee juga diharapkan dapat meningkatkan tanggung jawab atas kredibilitas mitra dan informasi yang diberikan pada pengguna.

4.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menguji peran mediasi *Usage Intention* pada pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Usage Decision* dengan menunjukkan bukti pada sektor bisnis digital lainnya seperti *education technology* dan layanan perjalanan.

Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menguji keterlibatan variabel mediasi lainnya untuk menjelaskan secara penuh pengaruh *Search Engine Marketing* terhadap *Usage Decision* untuk mengatasi pengaruh yang tidak signifikan. Peneliti dapat membuktikan pada sektor bisnis digital lainnya seperti layanan perjalanan (*Business to Consumer*) atau *website based-business tool (Business to Business)*.

Penelitian selanjutnya dapat menciptakan kebaruan penelitian dengan menggunakan teori selain Stimulus-Response dan *Stimulus-Organism-Response*, menambah jumlah sampel, atau lokasi berbeda.