

## BAB 5

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan hasil dan pembahasan:

1. *E-wom* pada *marketplace* Lazada masih bisa mengimbangi pesaing yang ada dengan harga yang ditawarkan, keamanan dalam bertransaksi, hingga pilihan produk yang bervariasi. Namun berdasarkan hasil analisis banyak konsumen lebih sering mengakses *marketplace* lain selain *marketplace* Lazada
2. Mencari variasi memengaruhi pelanggan dalam mengubah keinginan berbelanja dari *marketplace* lazada ke *marketplace* lain dikarenakan rasa bosan dan kejenuhan yang didapat pada *Marketplace* Lazada. Selain itu kemasan produk lain lebih menarik dibandingkan kemasan yang dihasilkan Lazada
3. Cenderung lebih memilih berpindah ke *marketplace* lain dikarenakan kemasan pada *marketplace* lain lebih menarik.
4. Variabel *e-wom* memiliki pengaruh dengan arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap variabel perpindahan merek. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan terhadap suatu produk tentunya akan meningkatkan keinginan dari konsumen untuk berpindah merek.
5. Variabel mencari variasi memiliki pengaruh dengan arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap variabel perpindahan merek. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang merasa jenuh dan bosan ataupun mengalami hal yang tidak baik terhadap produk yang digunakannya cenderung akan mencari variasi lain dari produk yang serupa sehingga banyak konsumen akan berpindah ke merek lain.

#### 5.2 Saran

Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menggunakan sampel yang lebih banyak supaya hasil penelitian menjadi lebih baik. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lainnya yang belum digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat menjelaskan variabel perpindahan merek dengan lebih lengkap.

Adapun saran bagi *marketplace* dapat melakukan beberapa hal berikut berdasarkan temuan dari penelitian:

1. Melakukan proses seleksi terhadap *seller* yang akan menjual produknya di *marketplace* supaya konsumen lebih percaya untuk berbelanja.
2. Menindaklanjuti kasus-kasus yang menimpa konsumen di *marketplace* untuk mengurangi ulasan-ulasan negatif yang akan timbul karena hal tersebut. Baik berupa kompensasi kepada konsumen ataupun melakukan pemblokiran kepada *seller* yang melakukan penipuan.
3. *Marketplace* harus melakukan berbagai strategi pemasaran untuk selalu menciptakan inovasi supaya konsumen tetap loyal untuk berbelanja di *marketplace* tersebut. Selain itu dengan strategi pemasaran yang inovatif maka konsumen tidak akan merasa bosan.





