



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
2. *Online Customer Rating* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.
3. *Online Customer Review* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial TikTok Shop pada toko *online* merek Buy and Sold.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijabarkan oleh penulis, maka saran yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan sebaiknya mengatur strategi yang tepat dalam penetapan harga dengan cara membuat agenda promosi yang menarik seperti diskon atau potongan harga, sistem promosi beli 1 gratis 1, sistem diskon di pembelian produk kedua, dan lain-lain. Selain itu, perusahaan juga sebaiknya menjaga kualitas produk agar sesuai dengan harga yang diberikan dengan cara mengadakan sistem *quality check* atau pengecekan kualitas sebelum dikirim ke konsumen. Selain itu, cara lainnya adalah dengan cara memastikan bahan dari pemasok menggunakan bahan yang berkualitas sehingga produk yang dijual dan diproduksi sesuai dengan harga yang ditawarkan.



Selain itu, saran dari penulis adalah tetap menjaga dan memperhatikan *online customer rating* untuk meningkatkan citra perusahaan dengan cara meningkatkan pelayanan terhadap konsumen yang sudah melakukan transaksi pembelian, melayani komplain pelanggan dengan baik, dan memperhatikan kualitas produk agar citra perusahaan tidak menurun.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran penulis untuk peneliti selanjutnya adalah sebaiknya peneliti selanjutnya bisa mengembangkan variabel harga, variabel *online customer rating*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian. Selain itu, untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat meneliti variabel lain yang lebih luas dan bermanfaat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.