

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh dan *online customer rating* terhadap *keputusan pembelian* di Krav.ery, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. *Content marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Krav.ery. Artinya konten - konten yang ditampilkan oleh Krav.ery, memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Krav.ery
2. *Online costomer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Krav.ery. Artinya semakin banyak dan beragam *review* dari konsumen maka akan mempermudah calon konsumen untuk mencari informasi sekitar produk, mempertimbangkan, dan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Krav.ery.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penulis memberikan saran terhadap Krav.ery

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* dan *onlnie customer review* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. variabel dominan yang membentuk keputusan pembelian di Krav.ery berdasarkan penelitian ini adalah *content marketing*. Krav.ery mempunyai konten yang



unik, menarik dan otentik. Dengan ini mereka mampu menarik perhatian pembelinya.

① Namun disisi lain adanya *online customer review* yang dimiliki oleh Krav.ery kurang berjalan secara semestinya. Sebaiknya perlu dilakukan improvisasi untuk menarik *engagement* dari pembeli untuk memberikan feedback produk yang mereka tawarkan. Mungkin dengan bonus, *discount* atau *cashback*.

Penulis memberikan saran terhadap Peneliti selanjutnya

Saran penulis untuk peneliti selanjutnya adalah menambahkan jumlah variabel bebas penelitian karena peneliti menilai masih banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di toko kue Krav.ery seperti penggunaan brand ambassador, potongan harga, persepsi harga dan lain sebagainya ataupun dengan metode lain seperti wawancara sehingga penelitian ini lebih holistik dan mampu menjelaskan Krav.ery lebih detail.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.