



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia. Hal ini berarti semakin baik review konsumen di Tokopedia, maka keputusan pembelian akan meningkat.
2. *Online customer rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia. Hal ini berarti semakin tinggi rating di Tokopedia, maka keputusan pembelian akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Tokopedia
 - a) Penulis berharap agar pihak perusahaan dapat mempertahankan *customer review* dan *rating* yang sudah ada sebagai salah satu fitur yang dapat memberikan informasi dan kenyamanan kepada pelanggan. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, artinya perusahaan harus mempertahankan kredibilitas dari *review* dan *rating*.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b) Perusahaan sebaiknya menjadikan *online customer review* dan *rating* sebagai salah satu tombak dalam menjalankan manajemen pemasarannya karena dari fitur ini secara tidak langsung merupakan strategi pemasaran gratis. Pelanggan memberikan ulasan pada produk atau layanan yang tersedia sehingga dapat menarik calon konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menguji variabel lain terhadap keputusan pembelian, agar dapat mencakup variabel yang lebih luas dan dapat 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.