

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan “Pengaruh *Online customer review* Dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di Lampung *Beauty* Melalui *Marketplace* Shopee” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Online Customer Review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lampung *Beauty* melalui *marketplace* shopee.
2. *Rating* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Lampung *Beauty* melalui *marketplace* shopee.

5.2 Saran

1.2.1 Bagi Lampung *Beauty*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran bagi Lampung *Beauty* maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa online customer review berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu para penjual di Shopee perlu mengutamakan kualitas baik dari segi produk maupun layanan. Karena sedikit kekurangan dapat mengecewakan konsumen dan akan melampiaskan ketidakpuasan melalui *review*. Jika terdapat review yang buruk tentu sudah mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Jika terjadi komplain di *review* maka penjual harus mengembalikan reputasi lagi yaitu dengan mengevaluasi produk dan meningkatkan mutu penjualan.
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa online customer rating juga

berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Peringkat yang semakin tinggi menandakan reputasi penjual bagus. Untuk mengantisipasi peringkat yang rendah maka penjual perlu memperhatikan pelayanan sama halnya dalam mengantisipasi review yang buruk. Perlu membuat strategi agar konsumen tidak memberikan peringkat yang rendah seperti memberikan harga yang murah, memberikan diskon dan memberikan ganti rugi jika ada ketidak barang yang dipesan dengan begitu konsumen tidak jadi memberikan peringkat yang rendah.

5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya guna pengembangan penelitian ini maka peneliti menyarankan untuk peneliti mendatang agar melakukan analisis menggunakan variabel-variabel lain yang hasil dominannya akan mempengaruhi keputusan pembelian di Lampung *Beauty*.