

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan di Bab IV, Maka dapat disimpulkan Hasil penelitian mengenai pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace TikTok Shop di FEB UNAS, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik ulasan yang diberikan oleh pelanggan sebelumnya, maka semakin tinggi kemungkinan konsumen lain untuk melakukan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa ulasan positif dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan di *TikTok Shop*.

2. Pengaruh Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian juga membuktikan bahwa *Online Customer Rating* berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian. Rating yang tinggi mencerminkan kualitas produk dan pelayanan yang baik, sehingga mendorong konsumen untuk lebih yakin dalam melakukan transaksi pembelian.

3. Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Gratis Ongkir memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa program Gratis Ongkir dapat meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen secara signifikan. Hal ini disebabkan karena promosi pengiriman gratis memberikan keuntungan finansial langsung kepada konsumen, sehingga mereka lebih terdorong untuk melakukan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, diketahui bahwa “Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Tiktok *Shop*” maka diajukan saran – saran sebagai perlengkap hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Online Customer Review*

Online Customer Review perlu meningkatkan keputusan pembelian di marketplace tiktok shop. Agar *customer* dapat meningkatkan kepercayaan, dan menjadi bahan pertimbangan, serta sarana informasi dan evaluasi bagi produk ditoko tersebut. Oleh karena itu, marketplace perlu meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya masing- masing. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi para *owner* toko tersebut, sehingga kedepannya dapat berdampak positif terhadap review para *customer*.

2. *Online Customer Rating*

Online Customer Rating perlu meningkatkan keputusan pembelian di marketplace tiktok shop. Agar *customer* dapat meningkatkan rating toko, dan menjadi bahan pertimbangan. Sehingga semakin banyak *customer* memberikan bintang bagi toko tersebut, menunjukkan bahwa peringkat penjualan toko semakin baik. Atau tinggi rating yang diberikan tentu saja akan mempengaruhi keyakinan *customer* yang akan membeli produk di toko tersebut.

3. **Gratis Ongkir**

Gratis Ongkir perlu dipertahankan karena sangat mempengaruhi keputusan pembelian di marketplace tiktok shop. Dengan adanya gratis ongkir membuat *customer* tidak ragu untuk membeli barang, *customer* lebih tergiur dengan promo gratis ongkir meskipun harga barang sedikit mahal. Dan gratis ongkir dapat mencuri perhatian calon pembeli, apalagi jika pembeli sudah yakin dengan kualitas produk yang dijual.