

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *online customer review, rating* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ms.Glow.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *review, rating* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ms.Glow di Shopee, sebagaimana telah dijabarkan pada bab sebelumnya maka diperoleh simpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. *Online Customer Review* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, *review* yang positif/negatif berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. *Online Customer Rating* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, semakin banyak bintang (*rating*) disebuah produk maka semakin meningkat juga keputusan pembelian konsumen.
3. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin bagus kualitas produk tersebut maka keputusan pembelian juga semakin tinggi.
4. Model persamaan regresi linier adalah :  $Y = 0,269 X_1 + 0,262 X_2 + 0,477 X_3$  dengan R square sebesar 0,799 berarti kemampuan model regresi dalam penelitian sebesar 79,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain dan yang tidak diteliti pada penelitian ini.
5. Kualitas produk lebih dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian seperti yang ditunjukkan pada hasil kuisisioner rating memiliki hasil yang lebih tinggi dibanding variabel lain.

## **B. Saran**

1. Mengingat persaingan bisnis dalam dunia Skincare semakin ketat bagi perusahaan disarankan untuk mempertahankan keisimewahan produk yang sudah terdaftar di BPOM (badan pengawasan obat dan makanan) serta meningkatkan kualitas produk karena dari beberapa konsumen masih merasa kurang puas dengan kesesuaian produk terhadap spesifikasi produk.
2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, disarankan kegiatan memberi saran kepada konsumen agar memberi review dan rating mengingat hal tersebut sangat penting dalam keputusan pembelian di e-commerce.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian dengan mempertahankan produk yang berkualitas, agar konsumen memberi kesan yang bagus terhadap produk Ms.Glow
4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, harga yang sekiranya dapat memperkuat penelitian ini.