

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pandangan Gen Z mengenai *customer review* dan *customer rating* terhadap keputusan pembelian produk di Tokopedia, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer Review* (X1)

*Customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia secara parsial. Artinya, semakin baik atau semakin positif ulasan yang diberikan oleh pelanggan terhadap suatu produk, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian produk tersebut.

2. *Customer Rating* (X2)

*Customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia secara parsial. Artinya, semakin baik atau semakin tinggi *rating* yang diberikan oleh pelanggan terhadap suatu produk, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian produk tersebut.

#### **5.2 SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan diperoleh hasilnya maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu *Customer Review* dan *Customer Rating*. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang juga dapat

memengaruhi keputusan pembelian, seperti *harga*, *promosi*, *brand image*, atau *influencer marketing*, agar dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di *marketplace*.

2. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan metode analisis lain, seperti *Structural Equation Modeling (SEM)* atau *Partial Least Squares (PLS)* untuk melihat hubungan antar variabel yang lebih kompleks.
3. Mengingat bahwa *Customer Review* dan *Customer Rating* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, penjual disarankan untuk lebih mendorong pembeli meninggalkan ulasan dan rating setelah transaksi selesai. Selain itu, penjual perlu menjaga kualitas produk dan pelayanan agar mendapatkan ulasan dan *rating* positif yang dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli.