

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, *Online Customer Customer Review*, dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kosmetik Online Rosshop Lazada berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga, berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kosmetik Online Rosshop Lazada
2. *Online Customer Customer Review*, berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kosmetik Online Rosshop Lazada.
3. *Online Customer Rating* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kosmetik Online Rosshop Lazada.
4. Harga, *Online Customer Customer Review*, dan *Online Customer Rating* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kosmetik Online Rosshop Lazada.

B. Saran

1. Toko Kosmetik Online Rosshop Lazada.
 - a. Harga mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, untuk itu agar pimpinan harus selalu mempertimbangkan keterjangkauan harga,

- b. hal ini dikarenakan harga yang terjangkau membuat para konsumen merasakan produk yang didapatkan.
- c. *Online Customer Customer Review* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Maka dari itu agar tidak ada *review* buruk dari konsumen tentang produk yang sudah dibeli yang nantinya akan mengakibatkan berkurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, harus memperhatikan *after sales* konsumen yaitu dengan lebih mengutamakan kualitas dari segi produk dan meningkatkan mutu pelayanan agar tidak terjadi *komplain* yang nantinya akan mengakibatkan reputasi toko buruk yang nantinya berpengaruh terhadap penjualan.
- d. *Online Customer Rating* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, *Rating* yang semakin tinggi menunjukkan bahwa tingkat penjualan produk dan pelayanan yang bagus. Agar tidak terjadi penurunan *rating* yang nantinya juga akan berpengaruh terhadap reputasi toko, perlu memperhatikan *after sales* seperti pada *online customer review* dengan mengutamakan kualitas produk dan juga meningkatkan mutu pelayanan. Tidak hanya itu saja, juga perlu memberikan strategi-strategi perihal penjualan dengan memberikan penawaran-penawaran menarik dan juga memberikan barang yang baru apabila ada konsumen yang mendapatkan barang yang tidak sesuai pesanan agar nantinya tidak terjadi pemberian *rating* yang buruk atau rendah pada toko.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya,

Saran bagi penelitian berikutnya, karena penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel, Harga, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating*, maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian