

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop di Kota Surabaya, disimpulkan bahwa :

1. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tiktok Shop di Kota Surabaya.
2. *Online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tiktok Shop di Kota Surabaya.

B. Keterbatasan

Keterbatasan pada penelitian ini adalah faktor dari *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan masih banyak faktor yang mempengaruhi dari keputusan pembelian.

C. Saran

Saran yang dapat diberikan ialah :

1. Bagi peneliti selanjutnya, ialah :
 - a. Untuk selanjutnya, peneliti perlu menambah variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian
 - b. Mengambil sampel yang lebih besar agar informasi yang didapatkan juga bisa lebih akurat.

c. Dalam penelitian ini diharapkan variabel lain juga dapat memengaruhi hal lainnya.

2. Bagi perusahaan

a. Perusahaan lebih memerhatikan ulasan *review* agar keyakinan dan kepercayaan konsumen bisa terus terjaga dalam pengambilan keputusan pembelian

b. Perusahaan juga perlu memerhatikan pemberian atau simbol *rating* agar keinginan dalam keputusan pembelian, yang bertujuan untuk konsumen yakin dalam membeli produk.