

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.