

BAB IV

PENUTUP

Pada bab IV ini disajikan kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh *Online customer review* dan *Online customer rating* terhadap *Purchase decision* serta saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT Paragon Technology and Innovation untuk menjadi lebih baik.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap *purchase decision* (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Emina) maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, variabel *online customer review* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase decision* produk kosmetik Emina). Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan bahwa nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel dan koefisien regresi yang positif. Artinya, semakin baik *online customer review* yang ada pada produk Emina, maka *purchase decision* juga semakin tinggi. Kontribusi pengaruh *online customer review* terhadap *purchase decision* adalah sebesar 21,8%
2. Berdasarkan hasil penelitian, variabel *online customer rating* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase decision* produk kosmetik Emina). Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan bahwa nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel dan koefisien regresi yang positif. Artinya, semakin baik *online customer review* yang ada pada

produk Emina, maka *purchase decision* juga semakin tinggi. Kontribusi pengaruh *online customer review* terhadap *purchase decision* adalah sebesar 35,1%

3. Variabel *online customer review* dan *online customer rating* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase decision* produk Emina di Outlet Dan+Dan. Dari hasil penelitian dapat dibuktikan melalui t hitung memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel. Pengaruh yang diberikan variabel *online customer review* dan *online customer rating* terhadap *purchase decision* yaitu sebesar 39,6%

4.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap *purchase decision* (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Emina) maka dapat penulis berikan saran kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui *online customer review* berada dalam kategori baik, tetapi dua dari pertanyaan masih berada di bawah rata-rata yaitu informasi yang tersedia di berbagai platform memiliki keterbaruan (*timeliness*) dan berbagai variasi (*valence*). Hal ini dapat terjadi karena kurang aktif nya perusahaan dalam mencari konsumen untuk melakukan *review* terhadap produk sehingga variasi dan keterbaruan dari *review* sedikit. Beberapa saran yang dapat diberikan berkaitan dengan pernyataan tersebut adalah perusahaan menyediakan platform untuk konsumen yang melakukan *review* terhadap produk Emina dan lebih aktif dalam mencari konsumen yang melakukan

review terhadap produk sehingga variasi dan keterbaruan terhadap *review* dapat dilakukan.

2. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui *online customer rating* termasuk pada kategori baik, tetapi satu dari tiga pertanyaan masih berada di bawah rata-rata yaitu pada aspek konsumen dalam melakukan perbandingan *rating* produk Emina dengan produk lainnya. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya penggunaan *rating* yang tersedia di platform agak sulit untuk dilakukan perbandingan dengan produk lain yang sejenis. Maka disarankan agar perusahaan menyediakan platform yang memiliki perbandingan *rating* dengan produk lainnya yang sejenis dan lebih gencar dalam mengajak konsumen untuk melakukan *rating* pada produk-produk yang disediakan oleh perusahaan setelah melakukan pembayaran.
3. Disebabkan adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner melalui google form agar dapat menjangkau seluruh konsumen sehingga memperoleh jawaban yang lebih bervariasi. Selain itu, penelitian selanjutnya juga disarankan menggunakan *mixed methods* agar mendapat hasil penelitian yang komprehensif.