

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Customer review berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z pada Tokopedia di Jakarta, dimana dibuktikan jika jumlah *customer review* meningkat keputusan pembelian juga akan meningkat. *Customer review* menunjukkan jika ulasan pelanggan memberikan kontribusi terbesar untuk menentukan pembelian dikarenakan *customer review* berasal dari pengalaman langsung para pelanggan. Implikasi *customer review* terhadap industri *e-commerce* khususnya Tokopedia dalam meningkatkan ulasan salah satunya adalah memberikan respon dengan cepat agar ulasan yang diberikan memenuhi harapan para pelanggan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa H1 dalam penelitian ini diterima karena sejalan dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti.

Customer rating berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z pada Tokopedia di Jakarta, dibuktikan dengan semakin tinggi nilai *customer rating* Tokopedia maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Implikasi *rating* terhadap industri *e-commerce* yang diberikan oleh pelanggan pada suatu produk menjadi salah satu pertimbangan penting sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian di Tokopedia karena *rating* tersebut dapat menunjukkan bahwa kualitas produk tersebut memuaskan. Jadi, dapat dinyatakan bahwa H2 dalam penelitian ini diterima karena sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti.

Viral marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z pada Tokopedia di Jakarta. Dapat dibuktikan apabila *viral marketing* meningkat maka keputusan pembelian Tokopedia juga akan meningkat karena pelanggan tertarik untuk mencari informasi suatu produk melalui internet. Oleh karena itu *viral marketing* pada industri *e-commerce* khususnya Tokopedia sangat bergantung pada media sosial seperti tiktok, Instagram, Whatsapp, Twitter, dan sebagainya. Sehingga, dapat dinyatakan bahwa H3 dalam penelitian ini dapat

diterima karena sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti. Pada Penelitian ini *Customer review* memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian pada generasi Z di Tokopedia. Hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* yang mana *customer review* memiliki nilai paling besar dibandingkan dengan variabel lain.

V.2. Saran

1. Bagi Perusahaan

Setelah dilakukan penelitian dapat diketahui bahwa variabel *customer review* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian. Ulasan pelanggan yang paling diperhitungkan adalah kelengkapan informasi tentang produk secara keseluruhan. Oleh sebab itu, Tokopedia harus mempertahankan dan juga terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan menyediakan produk yang berkualitas serta beragam agar banyak pelanggan yang memberikan ulasan positif. Tokopedia juga sebaiknya meningkatkan jumlah ulasan mengenai produk secara keseluruhan dengan memberikan *reward* kepada pelanggan yang sudah memberikan ulasan. Begitu juga dengan *customer rating* pada Tokopedia yang perlu mempertahankan dan meningkatkan kenyamanan pelanggan saat membeli produk dengan memberikan informasi yang mudah dan akurat sehingga nantinya pelanggan akan memberikan *rating* yang tinggi. Tokopedia dapat memberikan *reward* kepada pelanggan yang memberikan *review* maupun *rating*. *Reward* tersebut dapat berupa *voucher* atau promo gratis ongkos kirim hal ini tentu dapat meningkatkan jumlah *review* dan *rating* yang kredibel dari pelanggan. Pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian yang paling tinggi adalah membicarakan produk dengan orang lain untuk itu Tokopedia harus mempertahankan serta meningkatkan pemasaran dengan efektif melalui media sosial nya seperti, tiktok dan instagram yang saat ini paling banyak digemari oleh generasi Z. Tokopedia dapat membuat konten yang sedang trend saat ini untuk menarik minat pelanggan dalam melakukan pembelian. Dan jika pelanggan merasa puas dengan pembelian mereka akan menyebarkan pengalamannya kepada orang lain.

2. Bagi Akademisi

Peneliti yang hendak melakukan penelitian dapat memperluas demografi karena sampel penelitian ini dilakukan untuk pelanggan yang berdomisili di Jakarta dan mayoritas berprofesi sebagai mahasiswa. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih lanjut terkait dengan variabel *customer review*, *customer rating*, dan *viral marketing* dengan melakukan penelitian pada *e-commerce* yang berbeda serta menambahkan variabel independen lainnya agar penelitian yang dilakukan lebih bervariasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti Brand Ambassador, Kepercayaan, Gratis Ongkir, dan sebagainya. Selanjutnya untuk pengembangan penelitian Tokopedia secara keseluruhan lebih disukai oleh laki-laki dikarenakan produk elektronik di Tokopedia lebih lengkap dengan jaminan harga yang lebih murah, Tokopedia juga terintegrasi dengan OVO untuk melakukan pembayaran sehingga akan mendapatkan keuntungan lain seperti *cashback*.