

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berlandaskan temuan penelitian yang telah dilaksanakan tentang pengaruh Desain Produk serta Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee Pelanggan Sepatu merek Ventela di Kota Bengkulu, dapat disimpulkan sebagaimana dibawah:

1. Terdapat pengaruh positif serta signifikan dari Desain Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di market place Shopee pada pelanggan sepatu merek Ventela di Kota Bengkulu. Perihal berikut ditunjukkan dengan jumlah  $t_{hitung} (13,325) > t_{tabel} (1,984)$ , dengan nilai signifikansi senilai  $0,000 < 0,05$ .
2. Terdapat pengaruh positif serta signifikan dari Online Customer Rating (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di market place shopee pada pelanggan sepatu merek Ventela Dikota Bengkulu. Perihal berikut ditunjukkan dengan jumlah  $t_{hitung} (6,772) > t_{tabel} (1,984)$ , dengan nilai signifikansi senilai  $0,000 < 0,05$ .
3. Terdapat pengaruh positif serta signifikan dari Desain Produk (X1) serta Online Customer Rating (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di market place shopee pada pelanggan sepatu merek Ventela Dikota Bengkulu. Perihal berikut ditunjukkan dengan jumlah  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $F_{tabel} (570,631 > 3,09)$  nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05 (0,000 < 0,005)$ .

## 5.2 Saran

Berlandaskan temuan penelitian, pembahasan serta Kesimpulan yang diperoleh kemudian saran yang dapat diberikan sebagaimana dibawah:

1. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh diantara variabel Desain Produk (X1) Serta Online Customer Rating (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di market place shopee pada pelanggan sepatu merek Ventela dikota Bengkulu. Variabel Desain Produk memiliki rata-rata terendah 3,80. Disarankan untuk Disarankan agar merek Ventela melaksanakan evaluasi menyeluruh terhadap desain produk mereka. Sebaiknya, tim desain mempertimbangkan umpan balik dari pelanggan untuk memahami elemen-elemen yang kurang menarik, diantaranya warna, bentuk, serta bahan.
2. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh diantara variabel Desain Produk (X1) Serta Online Customer Rating (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di market place shopee pada pelanggan sepatu merek Ventela dikota Bengkulu. Variabel Online Customer Rating memiliki rata-rata terendah 3,76. Disarankan agar perusahaan melaksanakan evaluasi terhadap faktor-faktor yang berkontribusi pada rating yang rendah ini. Salah satu langkah yang perlu dipertimbangkan ialah mengumpulkan umpan balik dari pelanggan untuk memahami alasan di balik penilaian tersebut.
3. Disarankan bagi penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang sama perlu dipertimbangkan untuk Desain Produk (X1) serta Online Customer Rating (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Serta diluar variabel factor-

faktor terhadap Keputusan Pembelian serta dapat mengembangkan jumlah respondennya hingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.