

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh *Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Juragan Mode Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Customer review* memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian wanita.
2. *Customer rating* juga memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian wanita.
3. Secara simultan, *Customer Review* dan *Customer Rating* bersama-sama memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian wanita di Juragan Mode Bengkulu.
4. Nilai determinasi (R^2) sebesar 0,651 menunjukkan bahwa variabel *Customer Review* dan *Customer Rating* mampu menjelaskan 65,1% variasi keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh *Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Juragan Mode Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Juragan Mode Bengkulu disarankan untuk terus meningkatkan dan memanfaatkan ulasan pelanggan (*Customer Review*) sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian, misalnya dengan

memfasilitasi dan mendorong pelanggan memberikan review secara aktif di platform online mereka.

2. Peningkatan *Customer Rating* harus diprioritaskan dengan cara menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta layanan pelanggan agar mendapatkan rating yang tinggi dan konsisten.
3. Perlu pengelolaan yang optimal terhadap penilaian dan ulasan pelanggan, termasuk menangani *review* negatif dengan respons yang cepat dan solutif untuk menjaga reputasi toko dan loyalitas pelanggan.
4. Penelitian berikutnya dapat memperluas variabel yang diteliti dan menggunakan metode lain untuk menggali faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian agar model dapat menjelaskan lebih banyak variasi perilaku konsumen.
5. Berdasarkan Hasil Analisis Koefisien Determinasi diperoleh nilai R^2 (R Square) sebesar 0.645. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen *Customer Review* (X1) dan *Customer Rating* (X2) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar 0,645 atau 64,5% . Artinya nilai R^2 mendekati angka satu hal ini menunjukkan nilai yang semakin baik atau *Custome Review* dan *Customer Rating* mampu menjelaskan sebesar 84,5% variasi pada variabel dependen (keputusan pembelian). Sementara itu, sisanya sebesar 15,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.