

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan analisis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan variabel *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Somethinc di Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa sebelum melakukan keputusan pembelian, *Online Customer Review* digunakan untuk melihat dan mengumpulkan informasi.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Somethinc di Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image* dari merek Somethinc memiliki citra yang positif dan sudah dikenal luas oleh masyarakat sehingga mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.
3. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Review* dan *Brand Image* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Somethinc di Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang diteliti sangat menentukan keputusan pembelian produk Somethinc pada masyarakat di Kota Bekasi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Keterbatasan jumlah variabel, dalam penelitian ini hanya membahas dua variabel independen yaitu *online customer review* dan *brand image* yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Nilai *Adjusted R Square* dalam penelitian ini diperoleh hasil sebesar 0,595 atau pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 59,5 %. Sehingga sisanya sebesar 40,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, seperti Promosi, *Social Media Marketing*, dan Harga.
2. Keterbatasan jumlah sampel atau responden yang hanya 96 responden.
3. Keterbatasan dalam kejujuran responden dalam memilih pernyataan yang sesuai, sehingga memungkinkan adanya respon yang diberikan tidak sesuai dengan kenyataan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran dan masukan yang bermanfaat:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Diharapkan Somethinc meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan layanan kepada konsumen dengan ramah dan responsif agar dapat mempertahankan penilaian atau *review online* yang diberikan konsumen supaya tetap positif serta memberikan rasa percaya dan yakin

kepada konsumen. Semakin tinggi nilai positif yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin meningkat pula keyakinan konsumen untuk menggunakan suatu produk sehingga akan menjadi daya tarik untuk konsumen melakukan pembelian produk.

- b. Somethinc diharapkan terus berinovasi dalam menciptakan variasi produk serta menjaga kualitas produknya untuk mempertahankan *brand image*, sehingga mudah diingat di benak konsumen serta meningkatkan persepsi positif konsumen pada *brand* Somethinc.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mempelajari lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga dapat memasukkan lebih banyak variabel selain *online customer review* dan *brand image* agar dapat menyempurnakan penelitian ini supaya lebih bermanfaat lagi.