BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *online customer review, perceived trust*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk *Womenswear* pada Tiktok Shop, survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Online customer review, perceived trust*, dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik dan efektif *online customer review, perceived trust* dan kualitas produk maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian.
2. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. *Perceived trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

a. Berdasarkan hasil angket untuk variabel *online customer review* sebagian besar Generasi Z di Kabupaten Kuningan memiliki penilaian rendah terhadap indikator ulasan pelanggan menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk womenswear dengan jelas dan mudah dipahami. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mendorong konsumen memberikan ulasan yang lebih informatif dan detail terkait kelebihan serta kekurangan produk womenswear yang telah dibeli. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan panduan format ulasan, seperti meminta pelanggan menjelaskan kesesuaian ukuran, kualitas bahan, warna, model, kenyamanan saat digunakan, serta

kekurangan produk secara jujur. Dengan adanya ulasan yang lebih jelas dan mudah dipahami, calon konsumen dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap sehingga meningkatkan keyakinan dalam melakukan keputusan pembelian.

b. Berdasarkan hasil angket untuk variabel *perceived trust*, sebagian besar Generasi Z di Kabupaten Kuningan memiliki penilaian rendah terhadap indikator jujur. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melalui penyampaian informasi yang jujur dan transparan dalam proses penjualan, seperti memberikan deskripsi produk yang sesuai, menjelaskan kebijakan pengembalian barang dengan jelas, serta merespons pertanyaan atau keluhan konsumen secara terbuka. Dengan demikian, konsumen akan merasa lebih yakin dan percaya dalam melakukan pembelian. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap kepercayaan pada Tiktok Shop.
c. Berdasarkan hasil angket untuk variabel kualitas produk, Sebagian besar Generasi Z di Kabupaten Kuningan memiliki penilaian rendah terhadap indikator daya tahan. Dalam hal ini perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas produk *womenswear,* khususnya pada aspek daya tahan, dengan menggunakan bahan yang lebih berkualitas, memperhatikan kerapihan jahitan, serta melakukan *quality control* sebelum produk dipasarkan. Peningkatan daya tahan produk penting agar pakaian tidak mudah rusak, luntur setelah digunakan maupun dicuci sehingga mampu memenuhi harapan konsumen. Upaya peningkatan ini diharapkan dapat mendukung kenyamanan berbelanja dan meningkatkan keputusan pembelian terhadap Tiktok Shop.
d. Berdasarkan hasil angket untuk variabel keputusan pembelian, sebagian besar Generasi Z di Kabupaten Kuningan memiliki penilaian rendah terhadap indikator pemilihan produk. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk memudahkan konsumen dalam proses pemilihan produk dengan menyediakan informasi produk yang lengkap, katalog yang terorganisir dengan baik, serta variasi produk *womenswear* yang sesuai

dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Selain itu, penyajian foto dan video produk yang menarik serta informatif juga dapat membantu konsumen dalam menentukan pilihan pembelian. Hal ini akan membantu Tiktok Shop lebih efektif dalam memenuhi harapan pelanggan dan menciptakan pengalaman positif yang dirasakan oleh pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan keputusan mereka terhadap Tiktok Shop.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Menambah variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini untuk menguatkan hasil penelitian selanjutnya mengenai keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan, *affiliate marketing*, harga dan lain-lain.
b. Dianalisis di lokasi atau daerah yang berbeda serta dengan variasi pertanyaan yang lebih beragam, guna memperoleh hasil penelitian yang lebih kaya dan komprehensif.
c. Untuk memperluas wawasan dan perbandingan, peneliti berikutnya dapat menggunakan *platform marketplace* lain seperti Shopee, Lazada, atau Tokopedia sebagai objek penelitian.