

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian berjudul *Pengaruh Review Dan Rating Online Dari Customer Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Blibli.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2020)* ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *review online customer* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce Blibli.com*.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *rating online customer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce Blibli.com*.
3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *review dan rating online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2020.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penelitian dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Disarankan blibli.com dapat meningkatkan persepsi konsumen dengan lebih jelas membedakan diri dari kompetitor, seperti layanan pelanggan, keamanan transaksi, atau kualitas produk yang dijual pada platform ini.
2. Disarankan blibli.com melakukan implementasi mekanisme verifikasi untuk memastikan bahwa ulasan yang diberikan memang relevan dan dapat dipercaya.
3. Disarankan blibli.com dapat memperkuat saluran layanan pelanggan, seperti live chat, email, atau nomor telepon yang mudah diakses dan keamanan transaksi seperti menggunakan SSL/TLS (Secure Sockets Layer/Transport Layer Security).