

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian yang sudah dilakukan dan dijelaskan diatas ada beberapa kesimpulan yang harus dipaparkan :

1. *E-wom* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi shopee di kota Batam.
2. *Customer rating* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi shopee dikota Batam.
3. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi shopee dikota Batam.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan, ini adalah saran yang mampu peneliti sampaikan :

1. Pada penelitian tersebut di atas, variabel *e-wom* (X1), *customer rating* (X2), dan kepercayaan (X3) memberikan pengaruh sebesar 71,3% terhadap variabel keputusan pembelian (Y), dengan sisanya 28,7 % dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar ruang lingkup penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah referensi, memperluas fokus, dan memperkenalkan faktor-faktor baru untuk menghasilkan temuan yang lebih relevan.

3. Disarankan agar pelaku bisnis meningkatkan *customer rating* dan kepercayaan pelanggan untuk mendorong pengguna aplikasi melakukan pembelian