

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari kesimpulan pemaparan penelitian mengenai pengaruh *Online Customer Review* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Di TikTok Shop. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 143 Gen Z di kota Padang yang mempunyai keputusan pembelian produk glad2glow di tiktok shop. Setelah dilakukan berbagai tahapan dalam pengolahan data maka dapat ditarik kesimpulan dari berbagai rangkaian yang telah dilakukan didapatkan hasil uji hipotesis sebagai berikut :

1. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk glad2glow di tiktok shop. Hal ini menandakan bahwa *Online Customer Review* dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk glad2glow di tiktok shop.
2. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk glad2glow di tiktok shop. Hal ini menandakan bahwa Persepsi Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk glad2glow di tiktok shop.
3. *Online Customer Review* dan Persepsi Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk glad2gow di tiktok shop. Hal ini menandakan bahwa *Online Customer Review* dan Persepsi Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk glad2glow di tiktok shop.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yang mana penelitian melakukan dalam waktu yang singkat dalam pengumpulan dan pengolahan data, sehingga ruang lingkup responden menjadi terbatas. Sebagian besar data yang diperoleh hanya berasal dari teman terdekat peneliti, yang berpotensi mengurangi keberagaman sudut pandang dan objektivitas hasil penelitian.

C. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah memperkaya literatur dalam bidang Manajemen Bisnis, khususnya terkait perilaku konsumen dalam ekosistem e-commerce berbasis platform media sosial seperti TikTok Shop. Penelitian ini mendukung dan mengembangkan teori-teori tentang pengaruh *online customer review* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, dengan menegaskan bahwa ulasan pelanggan yang kredibel dan persepsi harga yang sesuai menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan dan minat beli konsumen. Temuan ini juga memperkuat konsep dalam teori perilaku konsumen dan bauran pemasaran, di mana kualitas informasi dan penetapan harga yang tepat berkontribusi signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan memperluas pemahaman tentang dinamika pasar digital dalam perspektif akademis.

2. Implikasi Manejerial

Implikasi manajerial dalam penelitian ini menekankan pentingnya peran *online customer review* dan persepsi harga dalam memengaruhi keputusan pembelian produk Glad2Glow di TikTok Shop. Bagi manajemen Glad2Glow, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti mengelola dan merespons ulasan pelanggan dengan baik guna membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, perusahaan perlu menetapkan strategi penetapan harga yang sesuai dengan persepsi nilai yang dirasakan konsumen, memastikan bahwa harga mencerminkan kualitas dan manfaat produk. Dengan memperhatikan kedua faktor ini, Glad2Glow dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat loyalitas pembeli di platform e-commerce yang sangat kompetitif seperti TikTok Shop.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I Made Dwi Mertha. "Populasi Dan Sampel." *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* 14, no. 1 (2021): 103–116.
- Agustin, Nurul, and Amron Amron. "Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop." *Kinerja* 5, no. 01 (2022): 49–61.
- Ahmad, and Muslimah. "Memahami Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Kualitatif." *Proceedings* 1, no. 1 (2021): 173–186.
- Andriyanti, Eka, and Siti Ning Farida. "Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 11, no. 2 (2022): 228–241.
- Anggraini, Ni Putu Nita, Yuniar Adinda Restuningtyas, and Wayan Gde Antok Setiawan Jodi. "Pengaruh Citra Merk, Desain Produk, Dan Online Customer Review Pada Keputusan Pembelian Online." *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis* 4, no. 2 (2023): 87–96.
- Authors, and Febsri Susanti Ade Candra Gunawan. "Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang" (2017).
- Azizah, Lukita, Janti Gunawan, and Puti Sinansari. "Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia." *Jurnal Teknik ITS* 10, no. 2 (2021).
- Beno, J, A.P Silen, and M Yanti. "PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEWS, ONLINE CUSTOMER RATING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DIKAJI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)." *Braz Dent J.* 33, no. 1 (2022): 1–12.
- CAGR. *Compound Annual Growth Rate*, 2024.
- Damayanti, Anisia, Rois Arifin, and Rahmawati. "Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061." *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis* 12, no. 01 (2023): 510–518.
- Desiani, C. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Kamikamu Eatery Surabaya" (2020).

- Elsa, Imaningsih Erna dan Rianty. "The Body Shop® Switzerland | The Body Shop." *Home page* 4, no. 3 (2018): 1.
- Eni Susilowati, Laily Hidayati Rosyidi, Kurnia. "Analisis Penggunaan Media Tiktok." *Economic* 11, no. 02 (2020): 101–116.
- Faisal Hardiansyah. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar." *Nucleic Acids Research* 6, no. 1 (2018): 1–7.
- Firdausi, Novandina Izzatillah. "ANALISIS PRODUK KOSMETIK MAKE UP SALAH SATU MEREK GLOBAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN." *Kaos GL Dergisi* 8, no. 75 (2020): 147–154.
- Firmansyah, Deri, and Dede. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (2022): 85–114.
- Inovasi, Jurnal, Penelitian Pendidikan, and Pembelajaran Vol. "Recolecta - 2020 - Unknown - 2 3 1 2 3 1 2 3 1 2 3 1 2 3 1" 4, no. 2 (2024): 361–366.
- Jamaludin, Achmad, Zainul Arifin, and Kadarisman Hidayat. "KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang)." *Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian* 21, no. 1 (2015): 1–8.
- Juprida. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Sebuah Analisis Pada Online Shop Akun Shopee Bonsel.Id)." *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2020): 1–12.
- Khaerunnisa. "ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL LINGKUNGAN MASYARAKAT (Studi Kasus Di Desa Sawakong , Kecamatan Galesong Selatan , Kabupaten Takalar) Oleh : KHAERUNNISA Nomor Induk Mahasiswa : 105651104220 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI" (2023).
- Khanady, Kenneth, and Susanto Susanto. "Pengaruh Brand Image, Persepi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *BISMA Cendekia* 2, no. 3 (2022): 151-157.
- Khotijah, Siti, Krisna Mutiara Wati, Universitas Jenderal, and Achmad Yani. "Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di TikTok Shop (Studi Pada Pengguna TikTik Shop Daerah Istimewa Yogyakarta)" 2, no. 3 (2024).
- Latief, Fitriani, and Nirwana Ayustira. "Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di

- Sociolla.” *Jurnal Mirai Managemnt* 6, no. 1 (2020): 139–154.
- Lestari, Merryana, Eko Sedyono, and Irwan Sembiring. “Analisis Pengaruh Minat Berbelanja Pada E-Marketplace Menggunakan Success Model System Berdasarkan Perspektif Pengguna.” *Jurnal Mnemonic* 5, no. 1 (2022): 14–21.
- Lidiawati, Lidiawati, Hilmiati Hilmiati, and Muhammad Mujahid dakwah. “Vol 2 No.3 Sept PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA APLIKASI TIKTOK SHOP DI KOTA MATARAM.” *Jurnal Riset Pemasaran* 2, no. 3 (2023): 41–46.
- Lina Nurhayati, and R.A Nurlinda. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Customer Online Review Pada Minat Beli Melalui Customer Trust Di Tokopedia.” *Jurnal Multidisiplin Madani* 2, no. 10 (2022): 3697–3705.
- Linda, Nurcahyati. “Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Ikapharmindo Putramas Semarang” 15, no. 2 (2019): 1–23.
- Mahira, Chelsa Audi, Lamtota Togatorop, Simon Ginting, Jessica Apriani Simbolon, Juniarlina Sianipar, and Fenny Krisna Marpaung. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Angin V-Fresh Aromatheraphy Pada PT. Eagle Indo Pharma.” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 21, no. 1 (2021): 8–13.
- Mardhatillah, Isra, Program Studi, Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi, D A N Bisnis, and Imam Bonjol Padang. “Pengaruh Online Customer Review Dan Viral Marketing Terhadap Purchase Intention Kosmetik Wardah Di Tiktok Shop Pada Gen Z Di Kota Padang Dengan Islamic Branding Sebagai Variabel Moderasi” (2023).
- Mubarok, Achmad Zacky, and Rudy Santoso. “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Foto Kayu Lukis Pada Bmrsign Wallgallery Lamongan.” *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)* 1, no. 3 (2024): 1356–1364.
- Muharmi, Habibah, Dan Dessy, and Kurnia Sari. “Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 5, no. 2 (2019): 193–203.
- Of, Technique. “Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (” II, no. September (2014): 86–100.
- Palelu, David Reynaldi Gunawan, Willem J.FA Tumbuan Tumbuan, and Rotinsulu Jopie Jorie. “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang.” *Emba* 10, no. 1 (2022): 68–77.
- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 1, no. 2 (2020): 144.
- Prakosa, Yusuf Bagus, and Endang Tjahjaningsih. “Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang.” *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 4, no. 3 (2021): 361–374.
- Putri, Latifa, and Harimukti Wandebori. “Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention.” *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 1 (2016): 255–263.
- Putri, Nurdiana, Yadhith Prasetya, Putu Wuri Handayani, and Hana Fitriani. “TikTok Shop: How Trust and Privacy Influence Generation Z’s Purchasing Behaviors.” *Cogent Social Sciences* 10, no. 1 (2023).
- Rahmani, Marsha Adilla, Arry Widodo, Anita Silvianita, and Nurafni Rubiyanti. “MINAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LOKAL DENGAN ULASAN ONLINE: KERANGKA KONSEPTUAL.” *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)* 11, no. 1 (2024): 1184–1194.
- Ramadhana, Risya, and Monry Fraick Nicky. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace.” *Prospek* 1, no. 1 (2022): 157–166.
- Ramadhanty, Vingky. “Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Dalam Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian MS GLOW.” *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2022): 133–143.
- Regina Dwi Amelia, Michael Michael, and Rachman Mulyandi. “Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Kecantikan.” *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, no. 2 (2021): 274–280.
- Riyanjaya, Novita Amalia, and Sonja Andarini. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022): 927–944.
- Rizal, Achmad. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri*

4.0. Deepublish, 2020.

Saputri, Sonia Aprilia, and Ivo Novitaningtyas. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik.” *Among Makarti* 15, no. 1 (2022): 65–76.

Sarmis, Novita. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating.” *YUME : Journal of Management* 1, no. 1 (2020): 2018–2021.

Silvinar. “PENGARUH PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL DAN SHARIA LITERACY FINANCIAL TERHADAP NIAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH DENGAN LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI MILINEAL DI KOTA PADANG.” *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.

Simanjuntak, Kevin, and Rianita Puspita Sari. “Analisis Sistem S-Commerce Pada Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT.” *Jurnal Unitek* 16, no. 1 (2023): 1–6.

Simbolon, Rizki Anggiani, Rizky Aryansyah, and Nurbaiti Nurbaiti. “Pengaruh Analisis Swot Dalam E-Business (Studi Kasus e-Business Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).” *Insight Management Journal* 2, no. 2 (2022): 54–61.

Sugiyono, P D. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Penerbit Alfabeta, Bandung” (2013).

Supriyanto, Agus, Isnani Farichatul Chikmah, Khananus Salma, and Alya Wahyu Tamara. “Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana?” *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship* 1 (2023): 1–16.

Vinenzia, Virgin, Zakaria Wahab, Marlina Widiyanti, and Muchsin Saggaf Shihab. “Pengaruh Green Marketing Strategy Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop Di Palembang.” *The Manager Review* 4, no. 1 (2022): 35–42.

Wijaya, Dhimas Oka Purnama, H Cece Rakhmat, and Rita Tri Yusnita. “PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” (n.d.).

Yuliana, Sinta, and Ali Maskur. “Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 5, no. c (2022): 559–573.

Yulianto, Alilham Yudha, and Rokh Eddy Prabowo. “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop Di Kota Semarang).” *Jesya* 7, no.

1 (2024): 972–982.

Yuliawan, Kristia. “Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2021): 43–50.

Yusuf, Rika M., Rita N. Taroreh, and Genita G. Lumintang. “Terhadap Kinerja Karyawan Pada Cv . Indospice Di Manado the Influence of Employee Engagement , Workload , and Job Satisfaction of the Employee Performance At Cv . Indospice in Manado.” *Jurnal Emba* 7, no. 4 (2019): 4787–4797.

Zhao, Xinyuan (Roy), Liang Wang, Xiao Guo, and Rob Law. “The Influence of Online Reviews to Online Hotel Booking Intentions.” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 27, no. 6 (January 1, 2015): 1343–1364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0542>.