

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa :

1. *Online costumer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Artinya pendapat, penilaian, dan pengalaman yang dibagikan oleh pelanggan secara online dapat memengaruhi seberapa percaya konsumen lainnya terhadap produk yang ditawarkan.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Artinya sebuah merek dengan citra yang positif, yang diidentifikasi dengan kualitas yang baik, layanan pelanggan yang memuaskan, dan integritas yang kuat, cenderung membangun kepercayaan yang lebih besar di antara konsumen.
3. *Online costumer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Artinya pendapat, penilaian, dan pengalaman yang dibagikan oleh pelanggan secara online dapat memengaruhi minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan.
4. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Artinya merek yang berhasil membangun citra yang positif dan relevan dengan target pasar mereka cenderung lebih berhasil dalam menarik minat beli konsumen dan meningkatkan penjualan mereka.
5. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Artinya ketika konsumen memiliki persepsi positif terhadap produk dan merasa yakin akan kualitas dan reputasi produk, mereka cenderung lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.
6. *Online costumer review* berpengaruh terhadap minat beli melalui variabel kepercayaan konsumen. Artinya ulasan pelanggan secara tidak langsung memengaruhi minat beli dengan mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau merek yang diulas.

7. *Brand image* berpengaruh terhadap minat beli melalui variabel kepercayaan konsumen. Artinya citra merek yang baik atau positif dapat mempengaruhi minat beli konsumen dengan membangun atau memperkuat kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut.

## 5.2 Saran

Saran yang diajukan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, serta mengacu pada nilai angket terendah diuraikan sebagai berikut :

1. Aplikasi Shopee harus lebih banyak menampilkan *review* positif dan *review* penggunaan produk Scarlett agar konsumen berminat untuk membelinya.
2. Produk Scarlett harus terus memperhatikan kualitas produk dikarenakan proses pemasaran online banyak ditemukannya produk-produk tiruan.
3. Aplikasi Shopee harus memberikan tingkat kepercayaan tinggi kepada konsumennya bahwa produk Scarlett yang ditawarkan terjaga kualitasnya dan apabila berbelanja di Shopee terjaga keamanannya.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen maupun variabel *intervening* yang mampu mempengaruhi minat beli konsumen yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti kualitas produk dan persepsi harga.