

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa :

1. *Costumer review* berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen pada produk Scarlett di Marketplace Shopee. Artinya dengan banyaknya *review* positif dari konsumen terhadap produk Scarlett di *Marketplace* Shopee, hal ini akan berdampak pada kepercayaan konsumen karena menunjukkan kepuasan pelanggan sebelumnya.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen pada produk Scarlett di *Marketplace* Shopee. Artinya konsumen yang puas dengan kualitas produk Scarlett di *Marketplace* Shopee akan menimbulkan konsumen lebih percaya dan membeli produk tersebut kembali serta merekomendasikannya kepada orang lain.
3. *Costumer review* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett di *Marketplace* Shopee. Artinya ulasan positif konsumen tentang produk Scarlett di *Marketplace* Shopee, akan meningkatkan minat beli karena menunjukkan bahwa produk tersebut telah memuaskan konsumen sebelumnya.
4. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett di *Marketplace* Shopee. Artinya produk Scarlett di

Marketplace Shopee dianggap memiliki kualitas yang baik dimata konsumen, sehingga dapat memberikan potensi lebih besar untuk menarik minat beli.

5. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett di *Marketplace* Shopee. Artinya produk Scarlett di *Marketplace* Shopee memenuhi harapan dan konsumen percaya pada integritas produk tersebut, hal ini akan memberikan dampak pada peningkatan minat beli.
6. *Customer review* berpengaruh terhadap minat beli produk Scarlett melalui variabel kepercayaan di *Marketplace* Shopee. Artinya pengaruh ulasan konsumen terhadap minat beli pada platform Shoppe dapat dipahami sebagai kepercayaan konsumen terhadap produk Scarlett. Jika ulasan konsumen positif, kemungkinan besar konsumen akan lebih termotivasi untuk membeli produk tersebut karena adanya testimoni yang baik.
7. Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk Scarlett melalui variabel kepercayaan di *Marketplace* Shopee. Artinya produk Scarlett yang memiliki kualitas yang baik, konsumen cenderung lebih percaya dan tertarik untuk membeli dan meningkatkan minat beli konsumen.

5.2 Saran

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

1. Nilai angket yang direspon rendah oleh responden untuk variabel *customer review* adalah pernyataan angket nomor 5 (Saya berminat berbelanja di Shopee karena jumlah *customer review* yang banyak). Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan penghargaan terhadap konsumen yang memberikan komentar positif dan sering memberikan komentar setelah

berbelanja di Shopee agar konsumen lain berminat untuk membeli produk-produk yang ditawarkan secara *online*.

2. Nilai angket yang direspon rendah oleh responden untuk variabel kualitas produk adalah pernyataan angket nomor 6 (Saya berminat membeli karena jangka waktu kadaluarsa produk Scarlett relatif lama sehingga bisa digunakan dalam jangka waktu lama). Oleh karena itu, perusahaan harus menampilkan deskripsi produk secara lengkap terutama masa kadaluarsa maupun cara penggunaan produk disertai dengan video penggunaan serta memasarkan produk-produk yang berkualitas dan telah memiliki ijin resmi dari pemerintah.
3. Nilai angket yang direspon rendah oleh responden untuk variabel kepercayaan konsumen adalah pernyataan angket nomor 6 (Saya puas membeli produk Scarlett di Shopee karena tampilan foto sesuai dengan aslinya). perusahaan harus menampilkan deskripsi produk secara lengkap terutama masa kadaluarsa maupun cara penggunaan produk disertai dengan video penggunaan. Hal ini bertujuan agar minat beli konsumen meningkat dan konsumen tetap percaya dengan produk-produk yang ditawarkan secara *online*.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen maupun variabel *intervening* yang mampu mempengaruhi minat beli konsumen yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti promosi penjualan dan kualitas layanan.