

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa :

1. *Online customer review*, *online costumer rating* dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli pada aplikasi Bukalapak. Artinya pengalaman positif dari pelanggan lain serta reputasi baik aplikasi dan kemudahan penggunaan aplikasi tersebut menjadi faktor penting dalam menarik minat beli.
2. *Online customer review* berpengaruh positif terhadap minat beli pada aplikasi Bukalapak. Artinya ketika pelanggan melihat ulasan positif dari pengguna lain mengenai aplikasi Bukalapak secara *online*, hal ini cenderung meningkatkan minat mereka untuk membeli atau menggunakan aplikasi tersebut.
3. *Online customer rating* berpengaruh positif terhadap minat beli pada aplikasi Bukalapak. Artinya ketika aplikasi Bukalapak memiliki rating yang tinggi dari pelanggan secara online, hal ini cenderung meningkatkan minat calon pengguna untuk membeli atau menggunakan aplikasi tersebut.
4. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat beli pada aplikasi Bukalapak. Artinya jika aplikasi Bukalapak dirasa mudah digunakan oleh pengguna, hal ini cenderung meningkatkan minat mereka untuk melakukan pembelian atau menggunakan aplikasi tersebut.

5.2 Saran

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

1. Pernyataan angket variabel *online costumer review* yang direspon rendah oleh responden. Pernyataan angket yang direspon rendah tersebut pada indikator “Frekuensi atau *frequency*” dengan pernyataan angket nomor 3 (*Review yang*

positif mempengaruhi pendapat saya terhadap produk tersebut). Oleh karena itu, Bukalapak harus menampilkan produk-produk yang berkualitas agar mendapat *review* yang positif dari penggunaanya agar mampu menarik minat beli pengguna lain.

2. Pernyataan angket variabel *online costumer rating* yang direspon rendah oleh responden. Pernyataan angket yang direspon rendah tersebut pada indikator “*Likeable* (Menyenangkan)” dengan pernyataan angket nomor 6 (Saya merasa senang ketika membaca *rating* dari suatu produk di aplikasi Bukalapak). Oleh karena itu, Bukalapak harus memperhatikan rating aplikasi dengan cara memberikan tampilan yang menarik sebagai salah satu platform belanja online agar menarik minat pengguna.
3. Pernyataan angket variabel kemudahan penggunaan yang direspon rendah oleh responden. Pernyataan angket yang direspon rendah tersebut pada indikator “Efisiensi waktu” dengan pernyataan angket nomor 2 (Proses pengiriman barang yang dipesan sesuai estimasi waktu pada aplikasi Bukalapak). Oleh karena itu, Bukalapak harus memperhatikan estimasi waktu pengiriman di aplikasi dengan kedatangan barang di tempat tujuan agar pengguna aplikasi Bukalapak tetap percaya serta berminat membeli produk-produk yang ditawarkan.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen yang mampu mempengaruhi minat beli yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti seperti kualitas produk, inovasi produk dan promosi penjualan.