

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengujian pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 (H1) diterima, dapat dinyatakan bahwa variabel *Online Customer Review* dan variabel *Online Customer Rating* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli produk Wardah di Situs Belanja Shopee. Yang artinya kedua variabel bebas pada penelitian ini dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee.
2. Hipotesis 2 (H2) diterima, dapat dinyatakan bahwa variabel *Online Customer Review* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee. Semakin baik *review* yang tertera pada Shopee maka semakin percaya konsumen Wardah untuk membelinya secara online.
3. Hipotesis 3 (H3) diterima, dapat dinyatakan bahwa *Online Customer Rating* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee. Semakin tinggi *rating* yang didapatkan maka semakin percaya konsumen Wardah untuk membelinya secara online.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Wardah diharapkan tetap mempertahankan kualitas produk dan pelayanan penjualan melalui Situs Belanja Online Shopee agar *review* dan *rating* yang diberikan oleh konsumen tetap bersisi positif dan percaya terhadap produk Wardah serta terus berinovasi karena mengingat teknologi saat ini terus berkembang dan persaingan dunia digital semakin sengit sehingga diperlukannya mempertahankan kualitas dan terus berinovasi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat meneliti serta mengkaji lebih dalam terkait faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat beli produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee. Sehingga nantinya dapat diketahui tindakan apa yang harus dilakukan Wardah untuk meningkatkan minat beli konsumennya.