

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Merujuk pada hasil penelitian mengenai pengaruh *Content Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Product Quality* terhadap minat beli produk Parfum Mykonos di *E-Commerce* Shopee (studi pada Generasi Z di Surabaya), maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Content Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Product Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk parfum Mykonos pada *E-commerce* Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi minat beli konsumen.
2. Variabel *Content Marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk parfum Mykonos pada *E-commerce* Shopee. Semakin menarik dan informatif konten pemasaran yang diberikan, maka semakin tinggi minat beli konsumen.
3. Variabel *Online Customer Review* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk parfum Mykonos pada *E-commerce* Shopee. Ulasan konsumen yang positif dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli sehingga memengaruhi minat beli.
4. Variabel *Product Quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk parfum Mykonos pada *E-commerce* Shopee.

Kualitas produk yang baik mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyampaikan saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan parfum Mykonos, disarankan untuk terus mengoptimalkan strategi *Content Marketing* dengan menyajikan konten yang serta selaras dengan karakteristik Generasi Z. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan *Online Customer Review* dengan menjaga kualitas pelayanan serta mempertahankan *Product Quality* agar mampu meningkatkan minat beli konsumen pada *E-Commerce* Shopee. Perusahaan juga diharapkan dapat mempertahankan kualitas aroma, ketahanan parfum, serta desain kemasan agar konsumen tetap tertarik untuk melakukan pembelian produk parfum Mykonos.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan minat beli konsumen pada *E-Commerce*. Peneliti berikutnya juga disarankan untuk memperluas objek penelitian, menambah jumlah responden, serta menggunakan variasi metode penelitian yang lebih beragam agar diperoleh hasil yang lebih mendalam dan akurat.