

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### 6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Shopee ialah:

1. Secara parsial (t) *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk scarlett whitening di shopee. Artinya, *online customer review* membantu menimbulkan minat beli calon konsumen pada saat melakukan belanja online pada e-commerce shopee. Dengan adanya *online customer review*, maka dapat memudahkan calon pembeli dalam mencari informasi atau gambaran produk. Selain itu, semakin banyak jumlah review yang diberikan oleh konsumen mengenai scarlett whitening maka semakin meningkatkan minat beli.
2. Secara parsial (t) *online customer rating* tidak berpengaruh terhadap minat beli produk scarlett whitening di shopee. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian rating yang dimiliki sebuah toko tidak dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Scarlet whitening di shopee.
3. Secara simultan (F) *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk scarlett whitening di shopee. Dengan adanya *online customer review* dan *online customer rating*, maka calon konsumen lebih dimudahkan dalam menentukan minat beli sesuai dengan performa kualitas produk ataupun kualitas jasa. Sehingga peranan *online customer review* dan *online customer rating* yang berisikan suatu bentuk pendapat konsumen untuk di sampaikan secara online dapat membantu calon konsumen dalam menentukan minat beli. Semakin banyak review positif maka dapat menambah keyakinan calon konsumen dalam meningkatkan minat beli produk Scarlett whitening di shopee.

## 6.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan Scarlett, disarankan untuk dapat terus mempertahankan kualitas produk dan pelayanan sehingga mendapatkan review positif dari konsumen. Semakin banyak review baik yang di dapat maka akan dapat meningkatkan minat beli calon konsumen. Hal ini juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menganalisis produk yang telah diproduksi dengan melihat review yang ditulis oleh konsumen, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produk-produk baru sesuai kebutuhan konsumen.
2. Online customer rating pada dasarnya adalah sebuah fitur yang mempermudah konsumen. Rating sangat berguna karena dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan calon pembeli kepada sebuah toko terhadap suatu produk. Hal ini, harus dikelola dengan baik oleh perusahaan ataupun toko online, sehingga mendapatkan rating yang tinggi maka dari itu harus menguatkan fitur rating dengan tanggap terhadap keluhan konsumen, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, selalu ingatkan konsumen untuk memberi penilaian tepat waktu terhadap produk yang dibeli agar rating penilain yang dilakukan tidak asal-asalan. Sehingga calon konsumen tertarik melihat rating dalam meningkatkan minat beli.
3. Mengingat online customer review dan online customer rating secara bersamaan dapat meningkatkan minat beli. Maka, disarankan agar dapat memanfaatkan media online sebagai tempat review dan rating bagi konsumen. Dengan begitu, secara tidak langsung review dan rating tersebut dapat membantu calon konsumen dalam mencari informasi mengenai produk sehingga menambah keyakinan konsumen dalam meningkatkan minat beli.