BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a. Ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Shopee Eiger. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Ulasan positif dan informatif meningkatkan keyakinan serta ketertarikan konsumen dalam berminat beli.
b. Rating produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Shopee Eiger. Nilai signifikan terhadap minat beli dengan nilai Sig. 0,005 < 0,05. Semakin tinggi rating produk, semakin besar pula minat beli konsumen terhadap kualitas produk tersebut.
c. Ulasan produk dan rating produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Shopee Eiger. Nilai signifikan terhadap minat beli dengan Sig. 0,000 < 0,05. Kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen terhadap produk Eiger.

5.2Saran

5.2.1 Bagi Eiger dan Penjual di Shopee

Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk memperoleh rating tinggi serta mendorong konsumen memberikan ulasan positif. Eiger dan penjual

di Shopee disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar memperoleh rating tinggi serta mendorong ulasan positif. Cara yang dapat dilakukan adalah memastikan deskripsi dan foto produk akurat memperbaiki kualitas bahan dan ketahanan produk, serta meningkatkan pelayanan seperti respon cepat, pengemasan rapi, dan penanganan *complain* yang baik. Penjual juga dapat mengirim pesan tindak lanjut setelah produk diterima untuk mendorong konsumen memberikan ulasan positif, serta memanfaatkan ulasan negatif sebagai bahan evaluasi perbaikan.

5.2.2 Bagi Shopee

Mengoptimalkan fitur ulasan dan rating agar konsumen semakin mudah menilai kredibilitas produk sebelum membeli. Konsumen disarankan untuk lebih aktif memeriksa ulasan dan rating sebelum membeli produk agar dapat mengurangi risiko ketidaksesuaian produk. Selain itu, konsumen diharapkan memberikan ulasan yang jujur setelah menerima produk, baik positif maupun negatif, sehingga dapat membantu pembeli lain dalam mengambil keputusan serta menjadi masukan bagi penjual untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, atau kepercayaan konsumen untuk memperluas hasil penelitian.