

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan analisis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan pada variabel Gambar Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk something pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen Universitas Bhayangkara. Jika variabel Gambar Produk (X1) meningkat maka minat beli pada produk something pun akan meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan pada variabel Ulasan Konsumen Secara Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk something pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen Universitas Bhayangkara. Jika variabel Ulasan Konsumen Secara Online (X2) meningkat maka Minat Beli pada produk something pun akan meningkat.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan pada variabel Penilaian Konsumen Secara Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk something pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen Universitas Bhayangkara. Jika variabel Penilaian Konsumen Secara Online (X3) meningkat maka Minat Beli pada produk something pun akan meningkat.
4. Hasil pengujian yang telah dilakukan secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel Gambar Produk, Ulasan dan Penilaian Konsumen Secara Online berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk something pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen Universitas Bhayangkara. Hal ini memberikan arti bahwa ketiga variabel X yang diteliti sangat memnentukan Minat Beli produk something pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen Universitas Bhayangkara.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gambar produk berpengaruh positif terhadap minat beli produk skincare somethinc. Gambar produk yang ditampilkan di shopee sudah baik dan perusahaan somethinc harus tetap pertahankan kualitas gambar produk yang jelas dan menarik serta pertahankan informasi-informasi terperinci yang ada didalamnya, karena hal itu dapat meningkatkan minat beli para konsumen dan calon konsumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ulasan konsumen secara online berpengaruh positif terhadap minat beli produk skincare somethinc. Diharapkan perusahaan somthinc dapat mempertahankan mutu produknya. Karena jika para konsumen merasa puas dengan produk somethinc yang dibeli, maka konsumen akan menuliskan ulasan dengan positif, sehingga para calon konsumen akan yakin pada produk somethinc yang kemudian menimbulkan minat beli.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penilaian konsumen secara online berpengaruh positif terhadap minat beli produk skincare somethinc. Penilaian dengan simbol bintang yang diberikan oleh para konsumen sudah baik. Sehingga diharapkan untuk perusahaan somethinc agar tetap mempertahankan mutu produknya. Karena hal itu dapat berpengaruh pada penilaian yang akan diberikan oleh konsumen, semakin banyak jumlah simbol bintang yang diberikan maka akan meningkatkan minat beli calon konsumen.
4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya. Serta jika ada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan model ini, diharapkan untuk menambah variabel bebas lain yang tidak di bahas pada penelitian ini seperti ragam produk, desain produk, harga, citra merek dan masih banyak lagi variabel bebas yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini, sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait dengan minat beli.