

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan beberapa temuan sebagai berikut:

1. *Online customer review* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada platform e-commerce Zalora di Kota Batam. Hal ini terbukti dengan nilai  $t$  hitung sebesar 22,136, yang lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel yang sebesar 1.985, serta nilai signifikansi yang sebesar  $<,001$  yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa ulasan pelanggan secara *online* memiliki dampak yang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Zalora.
2. *Online Customer Rating* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada e-commerce Zalora di Kota Batam. Ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung sebesar 0.405, yang lebih kecil dibandingkan dengan  $t$  tabel yang sebesar 1.985, serta nilai signifikansi yang sebesar 0.686, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *rating* produk dapat memberikan gambaran umum, pengaruhnya terhadap minat beli konsumen tidak sekuat ulasan pelanggan yang lebih terperinci.
3. Secara simultan, baik *Online customer review* maupun *Online Customer Rating* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada platform Zalora di Kota Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung sebesar 260.110,

yang lebih besar dibandingkan dengan F tabel yang sebesar 3.09, serta nilai signifikansi yang sebesar  $<0,001$  yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut bekerja bersama-sama untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara keseluruhan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan oleh penulis ialah:

1. Bagi Zalora, Zalora dapat meningkatkan sistem ulasan dan *rating online* dengan memperjelas dan memperbaiki manfaat ulasan untuk membantu pelanggan dalam membuat keputusan pembelian. Peningkatan bisa dilakukan dengan menonjolkan fitur utama, manfaat, dan potensi kelemahan produk dalam format yang lebih terstruktur seperti memperjelas tampilan *rating* yang ada, mengingat tampilan *rating* pada Zalora cukup kecil pada tampilan layar ponsel. Selain itu, Zalora dapat menambahkan tambahan penilaian dalam sudut profesional dan kredibel dengan menerapkan sistem penilaian terverifikasi oleh pihak yang lebih berwawasan mendalam terkait *fashion*. Zalora juga perlu memperkuat proses kontrol kualitas dengan menerapkan prosedur yang lebih ketat dan transparan, serta mengkomunikasikan upaya ini kepada pelanggan untuk membangun kepercayaan terhadap kualitas dan keandalan produk Zalora, yang mana hal ini selaras dengan klaim Zalora dengan jaminan 100% keaslian produk dan tingginya kualitas pada *e-commerce*-nya. Selain itu, kemampuan untuk menyelesaikan masalah knsumen dengan efisien harus

terus dipertahankan dan ditingkatkan, memastikan proses penyelesaian masalah berjalan lancar tanpa mempengaruhi kinerja keseluruhan, sehingga mempertahankan kepuasan dan minat beli pelanggan yang tinggi.

2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjelajahi faktor tambahan yang mungkin mempengaruhi minat beli konsumen, seperti harga, atau reputasi merek, ataupun *user interface* pada *e-commerce*. Peneliti juga dapat melakukan studi komparatif antara lokasi geografis yang berbeda atau antara *e-commerce* yang berbeda. Penelitian dengan geografi ataupun objek penelitian yang berbeda akan membantu dalam memahami faktor unik dan umum yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam konteks dan pasar yang berbeda.