

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan diatas mengenai pengaruh *E-wom*, *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap minat beli *Scarlett Whitening* di app TikTok pada mahasiswa FEB universitas nasional. Dapat dilihat hasil penelitian yang telah disimpulkan, sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat menunjukkan bahwa *E-wom* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal ini berarti bahwa apabila *E-wom* mengalami kenaikan maka minat beli mengalami peningkatan pada mahasiswa FEB universitas nasional.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat menunjukkan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal ini berarti bahwa *Online Customer Review* mengalami kenaikan maka minat beli mengalami peningkatan pada mahasiswa FEB universitas nasional.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat menunjukkan bahwa *Rating* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal ini berarti *Rating* mengalami kenaikan maka minat beli mengalami peningkatan pada mahasiswa FEB universitas nasional.

## B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan diatas serta dengan hasil kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis akan menyampaikan beberapa dari saran yang kemungkinan dapat bermanfaat dan juga dapat dijadikan salah satu bahan masukan terhadap produk Scarlett Whitening dan peneliti selanjutnya, sebagai berikut :

1. Scarlett Whitening di app TikTok sudah mampu mempengaruhi minat beli konsumen, namun Scarlett Whitening di app TikTok harus lebih berfokus kepada pendapatan positif produk yang akan direview sehingga diharapkan lebih memberikan kontribusi kepada minat beli dimana konsumen akan terus melihat review yang positif terhadap produk Scarlett Whitening app TikTok.
2. Scarlett Whitening di app TikTok harus berfokus kepada kesadaran konsumen terhadap pertimbangan rencana saat memilih produk sehingga dapat lebih meningkatkan minat beli konsumen akan tanpa ragu saat memilih produk Scarlett Whitening, Hal ini diharapkan meningkatkan kontribusi Scarlett Whitening di app TikTok.
3. *Rating* Scarlett Whitening di app TikTok sangat berfokus disaat konsumen terhadap percaya bahwa produk Scarlett Whitening merupakan salah satu produk yang banyak disenangi diberbagai kalangan, maka Scarlett Whitening harus membuktikan kepada konsumen dengan mulai memperhatikan *rating* dari produk tersebut. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kontribusi Scarlett Whitening di app TikTok.