

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Terdapat pengaruh positif Rating terhadap Kepercayaan Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Terdapat pengaruh positif Online Consumer Review terhadap Kepercayaan Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Terdapat pengaruh positif Rating terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Terdapat pengaruh positif Online Consumer Review terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
5. Terdapat pengaruh positif Kepercayaan terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Tokopedia harusnya dapat melakukan peningkatan terhadap fitur ulasan online dengan fokus menyaring ulasan-ulasan palsu yang kerap digunakan untuk menarik perhatian konsumen dengan cara mengembangkan sistem yang sudah ada ataupun memberikan gambarab-gambaran yang benar-benar *real* terhadap produk yang akan dibeli.
2. Tokopedia yang perlu diperbaiki adalah dalam kepercayaan perusahaan dituntut untuk lebih hati-hati melindungi kerahasiaan data privasi konsumennya dengan cara memajukan sistem keamanan yang ada atau menciptakan sebuah sistem perlindungan yang baru agar tidak mudah diretas oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.
3. Tokopedia juga harus melindungi dan menambah dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen
4. Untuk mempertahankan dan meningkatkan minat beli pada masa yang akan datang, sebaiknya tokopedia pelaksanaan dan mencapai website tokopedia.

5. Semisal dengan menyatukan website tokopedia dengan jejaring sosial lainnya. Serta untuk para pengguna tokopedia menjadi point utama untuk meluaskan prestasi penjualan melalui online.
6. Untuk konsumen harus berwaspada dan lebih pilih-pilih dalam berbelanja online maupun terdapat ulasan online yang menjadi rekomendasi gambaran produk yang akan dibeli, konsumen harus teliti dengan adanya ulasan palsu.