**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand Trust*, Media Sosial dan *Online Consumer Review* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada *marketplace* Shopee.
2. *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *marketplace* Shopee.
3. Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *marketplace* Shopee.
4. *Online Consumer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *marketplace* Shopee.
5. **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka saran yang peneliti sampaikan kaitannya dengan minat beli adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan shopee diharapkan harus lebih membangun kepercayaan konsumen dengan meningkatkan performa dalam merespon konsumen pada aplikasi shopee dan melakukan berbagai macam cara untuk mengurangi risiko yang menjadi kekhawatiran konsumen.
2. Perlunya menetapkan strategi promosi yang tepat, dalam aspek ketepatan dan kesesuaian sasaran promosi. Promosi melalui media sosial lebih ditingkatkan jangkauannya dan dibuat semenarik mungkin guna menggaet konsumen-konsumen potensial.
3. Shopee diharapkan dapat memaksimalkan fitur ulasan pelanggan dalam membantu konsumen untuk mendapatkan informasi produk yang diinginkan konsumen.
4. Shopee hendaknya meminimalisir terjadinya pemberian ulasan dan rating palsu yang dibuat oleh oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab guna menciptakan penilaian produk yang relevan.