

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

1. Rating toko (X1), ulasan konsumen (X2), kualitas produk (X3) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat beli pakaian pada aplikasi Tiktok. Hasil tersebut didasarkan dari hasil uji F hitung yang melebihi F tabel yaitu ( $22,860 > 2,70$ ) dan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 yaitu ( $0,000 < 0,05$ ).
2. Rating toko (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pakaian pada aplikasi Tiktok, hasil tersebut dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,517 yang mana nilai itu lebih besar dari 0,05 dan dapat dilihat juga dari nilai  $T_{hitung}$  variabel rating toko sebesar 0,650 lebih kecil dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu 1,98397. Sementara Ulasan konsumen (X2) dan Kualitas produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pakaian pada aplikasi Tiktok. Hasil tersebut didasarkan pada uji t dimana Ulasan konsumen (X2) mempunyai nilai signifikansi yaitu  $0,001 < 0,05$  dan dapat dilihat juga dari nilai  $T_{hitung}$  variabel ulasan konsumen sebesar  $3,361 > 1,98397$ . Dan Kualitas produk mempunyai nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  variabel kualitas produk sebesar 4,217 lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu 1,98397.

## **B. Saran-saran**

1. Bagi pihak penjual produk pakaian pada aplikasi Tiktok
  - a. Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan didapat bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terbesar terhadap minat beli. Sehingga dari pihak penjual produk pakaian pada aplikasi Tiktok diharapkan supaya menjaga kualitas produk pakaian yang dijual dan diharapkan dapat berinovasi lebih baik lagi.
  - b. Ulasan konsumen yang ada pada Tiktok shop juga penyebab terjadinya minat beli konsumen untuk membeli produk pakaian pada aplikasi Tiktok. Oleh karena itu diharapkan para penjual di Tiktok shop agar menjaga kepercayaan konsumen supaya ulasan yang diberikan makin banyak yang positif.
  - c. Penjual pada Tiktok shop diharapkan menjaga kualitas produk yang dijual dan memperbaiki apabila ada kesalahan supaya konsumen makin berminat untuk membeli produk pada pada Tiktok shop.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Bagi peneliti yang akan datang agar dapat melakukan penelitian kembali dengan objek yang berbeda pada toko online lainnya
  - b. Saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya supaya menambah variabel lain yang belum diteliti sebagai variabel bebas yang dapat memengaruhi minat beli. Dan disarankan juga untuk peneliti selanjutnya untuk lebih banyak lagi menambahkan responden agar mendapatkan kualitas data yang lebih baik.