

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Setelah melalui berbagai pembahasan dan mengolah dan menguji data menggunakan aplikasi PLS tentang analisis Keputusan pembelian pada Lazada dapat disimpulkan bahwa:

Promosi Penjualan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Lazada, artinya indikator Promosi Penjualan yaitu Potongan Harga, Cashback, Kontes dan Undian dan Kupon dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pada Lazada. Promosi penjualan yang dilakukan Lazada berjalan cukup baik dalam upaya mencapai target pasar akan produknya yang bisa dibeli dan pembelian terjadi saat atau setelah promosi dilakukan. Variabel ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat yaitu Promosi Penjualan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada Lazada di DKI Jakarta dimana pada indikator yang digunakan oleh peneliti meliputi Keandalan, Daya Tanggap dan Jaminan menjadi factor yang dapat membuat pelanggan puas ketika menggunakan aplikasi Lazada. Kualitas Layanan ialah hal yang menjadi penarik bagi pengguna aplikasi Lazada merasa nyaman dalam bertransaksi dan Lazada sudah menyediakan kualitas layanan yang baik. Variabel ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat yaitu Kualitas Layanan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan Pembelian pada Lazada di DKI Jakarta dimana indikator yang digunakan meliputi Keterjangkauan Harga, Daya Saing Harga dan Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk tidak menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Lazada di DKI Jakarta. Penetapan harga yang dilakukan oleh Lazada kurang berhasil seiring dengan tidak setujunya responden akan harga produk yang

disediakan oleh Lazada. Variabel ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat karena harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan tidak signifikan. Responden tidak mementingkan harga dan hanya melihat dari kualitas layanan yang ditawarkan Lazada.

V.2. Saran

Kesimpulan yang dapat peneliti berikan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti pada Lazada adalah sebagai berikut:

- 1. Variabel Promosi Penjualan:** Pada penelitian ini variabel Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Peneliti mengusulkan kepada Lazada agar selalu menyediakan promosi penjualan bisa dalam bentuk potongan harga, voucher, cashback, kontes dan undian serta kupon yang menarik sehingga pembelian akan terus terjadi dan meningkat baik saat promo berlaku atau sesudah promo berlaku. **Variabel Kualitas Layanan:** Pada penelitian yang telah dilaksanakan ini variabel kualitas layanan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Peneliti mengusulkan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan di Lazada seperti melakukan pelatihan SDM khususnya pada bagian *customer service*, cepat dan tanggap menangani keluhan dan menyediakan fitur yang lebih inovatif untuk melayani konsumens seperti menerima keluhan atau masalah 24 jam *non stop* pada aplikasi Lazada. **Variabel Promosi Harga:** Pada penelitian yang telah dilaksanakan ini variabel harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. menyediakan produk yang berkualitas, meningkatkan keterjangkauan harga dan meningkatkan daya saing harga agar dapat memperluas pasar.