

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian online dengan kepercayaan sebagai variabel intervening, serta pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dari hasil analisis diperoleh bahwa produk berpengaruh langsung terhadap kepercayaan
- b. Dari hasil analisis diperoleh bahwa harga tidak berpengaruh langsung terhadap kepercayaan
- c. Dari hasil analisis diperoleh bahwa produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian *online*
- d. Dari hasil analisis diperoleh bahwa harga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian *online*
- e. Dari hasil analisis diperoleh bahwa kepercayaan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian *online*
- f. Dari hasil analisis diperoleh bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* melalui kepercayaan
- g. Dari hasil analisis diperoleh bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* melalui kepercayaan

Berdasarkan hal tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang diperoleh konsumen, akan meningkatkan keputusan pembelian *online* meskipun risiko yang mungkin dialami konsumen tinggi. Harga ditemukan tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian *online*, artinya tinggi rendahnya harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, harga cenderung tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian *online* melalui kepercayaan, artinya tinggi

rendahnya tingkat kepercayaan yang diperoleh konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena konsumen akan bersedia membayar dengan harga berapapun yang terjadi. Sedang kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian, semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diperoleh konsumen, semakin tinggi tingkat keputusan pembeliannya.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka implikasi manajerial saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Lazada.co.id sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk yang disesuaikan dengan harga ditawarkan dan lebih selektif dalam memilih produsen sehingga konsumen dapat lebih percaya untuk melakukan transaksi .
- b. Hendaknya lazada memberikan garansi produk agar konsumen tidak merasa ragu saat membeli produk yang diinginkan.
- c. Diharapkan Lazada.co.id dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap konsumen, karena pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan sendiri mempunyai pengaruh terhadap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian *online*. Adapun pelayanan yang dapat ditingkatkan seperti dengan menyajikan informasi yang terbaru mengenai produk yang ditawarkan agar tidak terjadi kesalahpahaman, meningkatkan keamanan dalam melakukan transaksi serta dapat menjaga data pribadi konsumen.