

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari serangkaian penelitian serta uji hipotesis melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai minat beli di Lazada.co.id, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Variabel Harga (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, artinya harga tidak mempengaruhi minat beli masyarakat RW 002, Rawadenok pada Lazada.co.id. Dengan demikian hipotesis penelitian pertama ditolak.
- b. Variabel kenyamanan konsumen (*customer convenience*) (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, artinya kenyamanan konsumen (*customer convenience*) tidak mempengaruhi minat beli masyarakat RW 002, Rawadenok, Depok pada Lazada.co.id. dengan demikian hipotesis penelitian kedua ditolak.
- c. Variabel kepercayaan (*trust*) (X_3) berpengaruh signifikan terhadap minat beli, artinya kepercayaan (*trust*) mempengaruhi minat beli masyarakat RW 002, Rawadenok, Depok pada Lazada.co.id. Dengan demikian hipotesis penelitian ketiga diterima.

V.2 Saran

Adapun saran pada penelitian ini adalah:

- a. Kepercayaan pelanggan merupakan hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* atau jasa *online* sehingga diharapkan Lazada Indonesia dapat meningkatkan pelayanan dan menjaga keamanan informasi pribadi konsumennya.
- b. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel persepsi resiko, reputasi *web*, dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) dalam melakukan penelitian pada objek *online*