

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai kepercayaan, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian online di Lazada pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta serta pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

Kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa kepercayaan yang diberikan oleh lazada tidak perlu diperhatikan oleh mahasiswa dalam memutuskan untuk berbelanja online di Lazada. Hal ini dapat disebabkan karena lambatnya seller dalam membalas pesan konsumen tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka pernyataan diatas tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti. Karena hipotesis menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa konsumen telah diuntungkan dari penjelasan produk dan jaminan yang diberikan oleh seller kepada konsumen. Hal tersebut tentunya membuat minat para konsumen untuk berbelanja online di Lazada sehingga akan terjadi suatu keputusan pembelian online di Lazada. Berdasarkan hal tersebut, maka sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti.

Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian artinya bahwa konsumen telah diuntungkan dalam pembelian melalui online, dimana harga yang ditawarkan oleh seller toko online lebih murah dibandingkan dengan harga yang ada di toko offline. Hal itu membuat para konsumen melakukan pembelian online di Lazada. Dengan demikian, maka sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti.

Nilai koefisien determinasi (*R-Square*) memberikan hasil yang cukup besar terhadap variabel keputusan pembelian, sehingga variabel kepercayaan, kualitas layanan, dan harga mampu menerangkan variabel dependennya dengan baik.

V.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan tentunya mempunyai banyak sekali kekurangan atau keterbatasan bagi peneliti. Keterbatasan yang membatasi penelitian ini, antara lain :

- a. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan Mahasiswa aktif UPN Veteran Jakarta yang pernah melakukan belanja online di store Lazada.
- b. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebanyak 30 butir yang dibagikan kepada 75 responden Mahasiswa aktif UPN Veteran Jakarta mengenai keputusan pembelian online di Lazada, sehingga kesimpulan yang diperoleh diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner tersebut.
- c. Penelitian ini hanya meneliti keputusan pembelian dengan menggunakan variabel kepercayaan, kualitas layanan, dan harga sehingga keterbatasan dalam pengukuran penggunaan variabel memungkinkan belum memperlihatkan secara penuh faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

V.3. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, peneliti memberikan saran pada perusahaan untuk dapat lebih menonjolkan kepercayaan yang dimiliki oleh seller seller Lazada. Adapun cara-caranya adalah mngedukasi seller untuk membalas pesan dengan ramah dan membalas pesan konsumen dengan cepat. Karena dengan cara seperti itu konsumen dapat menilai sendiri bahwa seller sangat peduli terhadap konsumennya.
- b. Dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan pada kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, peneliti

memberikan saran agar perusahaan tetap menjaga konsistensi kualitas layanan nya, karena dengan pelayanan baik dari perusahaan maupun seller akan berdampak baik bagi kedua belah pihak, baik perusahaan maupun konsumen.

- c. Dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan pada harga terhadap keputusan pembelian, peneliti memberikan saran agar perusahaan dapat mempertahankan harga yang sekarang sudah ada pada Lazada, karena banyak konsumen atau mahasiswa yang sangat memperhatikan harga nya terlebih dahulu untuk melakukan kegiatan pembelian.
- d. Selain itu juga peneliti menyarankan untuk memasukkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian khususnya pada pembelian online.