

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian secara *online* pada konsumen Lazada di Surabaya. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya maka bisa di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian secara online pada konsumen Lazada di Surabaya, dimana semakin bagus kepercayaan yang diberikan Lazada maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian secara online di Lazada
2. Kemudahan Penggunaan memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian, dimana dengan semakin bagus kemudahan yang diberikan maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk langkah – langkah selanjutnya , yaitu :

1. Lazada diharapkan untuk berupaya mempertahankan dan meningkatkan Kepercayaan melalui kemampuannya dalam menyajikan informasi yang sesuai dan pengiriman yang sesuai agar konsumen Lazada tetap terjaga dengan baik.
2. Lazada diharapkan untuk berupaya mempertahankan dan meningkatkan Kemudahan, melalui sistem yang mudah digunakan yang tidak membingungkan konsumen sehingga konsumen merasa nyaman saat menggunakan situs lazada .
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan temuan penelitian ini dapat memberikan dasar dan acuan bagi peneliti di masa depan untuk mengembangkan penelitian yang lebih lanjut dengan memperhatikan variabel-variabel tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti , Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keamanan, Promosi, Kualitas Pelayanan dan sebagainya.