

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di situs Lazada.co.id, berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lazada.
2. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lazada.
3. Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lazada
4. Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi, secara simultan berpengaruh terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Lazada.

B. Saran

1. Bagi Lazada
 - a. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lazada.

Dari hasil penelitian, kualitas produk di Lazada.co.id sangat baik, dan produk yang dijual di lazada sesuai dengan informasi yang

diberikan. Agar keputusan pembelian konsumen terhadap produk di lazada meningkat, sebaiknya lazada lebih meningkatkan kualitas produk yang dijual, produk yang sudah ber merek dan dalam memberikan informasi tentang produk yang dijual agar lebih jelas sehingga pelanggan semakin tertarik untuk melakukan pembelian.

- b. Kemudahan, mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lazada. Proses pemesanan produk di lazada sangat mudah untuk dipelajari, ini tentunya salah satu faktor dalam keputusan pembelian.
- c. Kualitas Informasi, mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lazada. Informasi tentang produk yang baik dan jelas tentunya akan sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya,

Saran bagi penelitian berikutnya, karena penelitian ini hanya menggunakan tiga variable yaitu Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variable lain yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu agar menambah indikator variable dalam penelitian