

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan berdasarkan data yang telah didapatkan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan seperti dibawah:

1. Terjadi pengaruh yang positif diantara variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari uji t yang menghasilkan nilai  $t_{hitung} (2.629) > t_{tabel} (1.66023)$  dan nilai *significant*  $0,010 < 0.05$  yang menyatakan jika kepercayaan berpengaruh keputusan pembelian pada situs e-commerce lazada dikota Batam.
2. Terjadi pengaruh yang positif diantara variabel promosi terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari uji t yang menghasilkan  $t_{hitung} (4.421) > t_{tabel} (1,66012)$  dan nilai *significant*  $0.000 < 0.05$  yang menyatakan jika promosi berpengaruh keputusan pembelian pada situs e-commerce lazada dikota Batam.
3. Terjadi pengaruh yang positif diantara variabel kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari uji f yang menghasilkan  $f_{hitung}$  yang didapat dari variabel kepercayaan dan promosi sebesar  $34.398 > F$  tabel yakni 3.09 dan pada signifikansinya yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat dinyatakan jika kepercayaan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce lazada dikota Batam

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka peneliti memberikan beberapa saran yang bisa diberikan kepada pihak Lazada, yaitu:

1. Semakin sengitnya persaingan yang terjadi didunia e-commerce dimana setiap tahunnya semakin berkembang peneliti memberikan saran kepada pihak lazada agar dapat meningkatkan rasa kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan/pengguna sehingga mereka mau kembali menggunakan lazada bukan hanya sekali namun berkali-kali karena kepercayaan hal terpenting bagi pelanggan agar pada akhirnya mereka mau memberikan nilai yang baik pada lazada.
2. Selain kepercayaan hal lain yang membuat pengguna mau datang lagi adalah promosi. Meskipun promosi yang dilakukan lazada hampir sama dengan e-commerce lain tetapi promosi tersebut masih terdapat kekurangan salah satunya penipuan dari apa yang dilihat dengan kenyataan. Hal ini dapat dikurangi sehingga pengguna akan data kembali dan meningkatkan jumlah pengunjung Lazada