

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk (X1) ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Miyako di Lazada. Hal ini dikarenakan t hitung bernilai sebesar 2.458, nilai tersebut lebih tinggi daripada nilai t tabel (1,98498) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.016 lebih rendah dari 0,05.
2. Kemudahan (X2) tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Lazada di Kota Batam. Hal ini dikarenakan t hitung bernilai sebesar 1.620, nilai tersebut lebih rendah daripada nilai t tabel (1,98498) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.108 lebih tinggi dari 0,05.
3. Kepercayaan konsumen (X3) ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Lazada di Kota Batam. Hal ini dikarenakan t hitung bernilai sebesar 5.936, nilai tersebut lebih tinggi daripada nilai t tabel (1,98498) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000 lebih rendah dari 0,05.
4. Kualitas produk (X1), Kemudahan (X2) dan kepercayaan konsumen (X3) ada pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) pada Lazada di Kota

Batam. Hal ini dikarenakan f hitung bernilai 62.905, nilai tersebut lebih tinggi daripada nilai f tabel (2,70) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih rendah daripada nilai 0,05.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan disampaikan, maka dari itu dapat diperoleh saran sebagai berikut :

1. Miyako pada Lazada diharapkan selalu untuk memperhatikan ataupun mempertahankan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Dalam memperhatikan kualitas produk dengan pengecekan produk tersebut sebelum dijual dan mempertahankan kualitas produk sesuai dengan standar yang ada.
2. Lazada diharapkan untuk selalu mempertahankan kemudahan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Aplikasi lazada telah memberikan kemudahan kepada konsumen sehingga konsumen tidak merasakan bahwa aplikasinya susah digunakan.
3. Lazada diharapkan untuk selalu memperhatikan ataupun mempertahankan kepercayaan konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Dalam memperhatikan bagaimana cara agar konsumen dapat mempercayai aplikasi Lazada serta merasakan aman dalam menggunakan ataupun melakukan transaksi di Lazada.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat referensi dan saran sehingga dapat memperoleh pemahaman lebih lanjut, supaya bisa meningkatkan penelitian ini, peneliti menyarankan untuk memperluas

jumlah variabel dan jumlah responden lebih paham dengan aplikasi Lazada, agar data yang didapatkan lebih bervariasi.