

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. *Ease of Use* dengan t hitungnya $4.378 > t$ tabelnya $1,661$ dan signifikansinya $0,000 > 0,05$. Hingga di tarik kesimpulannya *ease of use* (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online, hingga hipotesisnya yang pertama di terima.
2. *Shopping experience* dengan t hitungnya $6.171 > t$ tabelnya $1,661$ dan signifikansinya $0,000 > 0,05$. Hingga di tarik kesimpulannya *shopping experience* (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online, hingga hipotesisnya yang kedua di terima.
3. Hasil signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan F hitungnya $84.437 > f$ tabelnya 2.69 , di simpulkan secara simultan *ease of use* dan *shopping experience* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online.

5.2 Saran

Hasil dari penelitiannya yang telah di lakukan, sejumlah sarannya yang peneliti sampaikan, yakni :

1. Bagi Lazada kedepannya bisa lebih meningkatkan *ease of use* (kemudahan penggunaan) agar bisa sejalan dengan *shopping experience* (pengalaman berbelanja) pelanggannya.

2. Bagi Lazada kedepannya bisa lebih meningkatkan sistem keamanan privasi pelanggan agar pelanggan selalu percaya dan mendapatkan kepuasan.
3. Bagi Lazada kedepannya bisa lebih meningkatkan kinerja sistem serta pelayanan yang diberikan ke pelanggan dan kualitas barang yang pesan pelanggan, sehingga pelanggan mendapatkan kepuasan dan keamanan.