

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan Digital, dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Keputusan Pembelian di Lazada pada Generasi Z di Kota Batam”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada platform Lazada pada Gen-Z di Kota Batam. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin besar kemungkinan konsumen Gen-Z untuk melakukan keputusan pembelian.
2. Kualitas Layanan Digital juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Layanan digital yang responsif, informatif, dan andal menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih platform belanja online.
3. Kemudahan Bertransaksi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Fitur-fitur seperti variasi metode pembayaran, kecepatan pemrosesan pembayaran, dan tampilan checkout yang sederhana merupakan elemen kunci dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan efisien.
4. Secara bersamaan, ketiga variabel independen dalam penelitian ini—persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan digital, dan kemudahan

bertransaksi—secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini menggarisbawahi bahwa untuk menarik minat konsumen Gen-Z, Lazada harus menyelaraskan aspek teknis dan layanan digital secara holistik.

5. Di antara ketiga variabel tersebut, kemudahan bertransaksi ditemukan sebagai faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian Gen-Z di Kota Batam. Hal ini menunjukkan bahwa generasi ini sangat menekankan pada efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi online.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi manajemen Lazada, disarankan untuk meningkatkan kualitas antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna aplikasi, sehingga navigasi menjadi lebih intuitif dan tidak membingungkan pengguna baru. Meningkatkan kecepatan pemuatan aplikasi dan stabilitas sistem juga penting untuk membentuk persepsi positif tentang kemudahan penggunaan.
2. Dalam hal Layanan Digital, Lazada perlu meningkatkan kualitas interaksi digital dengan pengguna, seperti fitur obrolan langsung yang responsif, informasi produk yang transparan dan akurat, serta pelacakan pengiriman secara real-time. Personalisasi konten juga perlu ditingkatkan agar relevan dengan preferensi Gen-Z yang dinamis.
3. Terkait kemudahan transaksi, Lazada perlu memperluas integrasi dengan dompet digital lokal dan menyediakan lebih banyak opsi pembayaran yang cepat dan aman. Proses checkout perlu disederhanakan dengan mengurangi

langkah-langkah teknis yang tidak esensial, agar tidak membebani pengguna yang terbiasa dengan sistem yang serba instan.

4. Bagi peneliti masa depan, diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti promosi digital, kepercayaan konsumen, atau pengaruh media sosial, yang juga relevan dalam konteks e-commerce dan perilaku konsumen Gen-Z.
5. Bagi akademisi dan praktisi pemasaran, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk memahami bagaimana teknologi, layanan, dan proses transaksi memengaruhi keputusan pembelian generasi digital native. Pendekatan berbasis data dan perilaku pengguna akan menjadi kunci dalam merancang strategi pemasaran digital yang adaptif.