

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, kajian teoritik dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, bahwa penelitian mengenai keputusan pembelian telah memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang di teliti dapat diterima. Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa di Jakarta mengenai keputusan pembelian di *e-commerce* Lazada memberikan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Lazada. Koefisien X1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kepercayaan dengan keputusan pembelian. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin meningkat kepercayaan maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kepercayaan sebesar 32,4% sedangkan 67,6 sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel kepercayaan.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Lazada. Koefisien X2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara gaya hidup dengan keputusan pembelian. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin

3. meningkat gaya hidup maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel gaya hidup sebesar 43,8% sedangkan 56,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel gaya hidup.
4. Hipotesis dibuktikan dengan persamaan regresi berganda yakni:

$$\hat{Y} = 14,902 + 0,273 X_1 + 0,670 X_2$$

## **B. Implikasi**

Bersumber pada kesimpulan yang sudah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menampilkan bahwa kepercayaan dan gaya hidup adalah beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kepercayaan dan gaya hidup berhubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Implikasi dari penelitian ini yaitu Lazada dapat mengembangkan kepercayaan dan gaya hidup untuk meningkatkan keputusan pembelian. Hal yang perlu dilakukan oleh Lazada adalah dengan memberikan perhatian lebih besar terhadap indikator dengan presentase yang lebih rendah kemudian melakukan perbaikan kedepannya. Dalam variabel keputusan pembelian indikator kemudahan mendapatkan produk, ketersediaan produk dan juga pelayanan memiliki presentase terendah sebesar 19,88 % . Variabel kepercayaan dengan indikator perusahaan mematuhi seperangkat prinsip moral atau standar profesional memiliki presentase terendah sebesar 33,08 %, dan untuk variabel gaya hidup dengan indikator aktivitas seperti pekerjaan, hobi, belanja dan kegiatan

sosial memiliki persentase terendah sebesar 33,12 %. Namun, tidak hanya memperhatikan variabel terendah Lazada juga harus mempertahankan indikator yang memiliki presentase tertinggi sehingga dapat mencapai keputusan pembelian yang maksimal.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti pada saat melakukan penelitian. Terdapat beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat dijadikan perhatian bagi peneliti yang akan datang untuk lebih menyempurnakan penelitiannya sebab penelitian ini memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian antara lain:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam variabel ini hanya terdiri dari dua variabel yaitu kepercayaan dan gaya hidup. Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan penyebarannya melalui media sosial
3. Terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti, dikarenakan responden yang kurang teliti pada saat membaca dan mengisi kuesioner

#### **D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini antara lain:

1. Pada penelitian ini hanya meneliti tiga variabel yakni kepercayaan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Lazada sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk menambah variabel lainnya
2. Pada penelitian ini untuk populasi yang diambil hanya mahasiswa di Jakarta dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Sehingga untuk penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat memperluas populasi penelitian yang mencakup daerah yang lebih luas
3. Agar mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan didukung teori yang kuat pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk lebih memperbanyak referensi peneliti yang mampu mendukung topik yang diteliti

#### **E. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang didapat, terdapat beberapa saran yang bisa diambil bagi perusahaan Lazada untuk meningkatkan keputusan pembelian. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *E-commerce* Lazada meningkatkan keputusan pembelian yang lebih menjamin agar pelanggan membeli produk di *e-commerce* Lazada. Seperti yang didapat pada bab iv lazada harus memperhatikan pilihan penyalurnya meliputi kemudahan mendapatkan produk, ketersediaan produk. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.
2. *E-Commerce* Lazada diharapkan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk lebih baik lagi seperti perusahaan Lazada harus mematuhi seperangkat prinsip moral atau standar profesional, sehingga pelanggan merasa nyaman pada saat berbelanja *online* di Lazada
3. *E-commerce* Lazada diharapkan untuk meningkatkan gaya hidup yang lebih baik lagi sehingga pelanggan memberikan nilai positif dan dapat memiliki kesan yang baik. Seperti aktivitas yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan meliputi pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap e-commerce Lazada.