

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan jawaban dari permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas untuk berbelanja *online* melalui *website* Lazada.
2. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas untuk berbelanja *online* melalui *website* Lazada.
3. *Electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas untuk berbelanja *online* melalui *website* Lazada.

#### 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya pemasaran strategik. Didalam hasil analisis terlihat bahwa kepercayaan dan gaya hidup mempengaruhi konsumen untuk berbelanja secara *online* dengan menggunakan *website* Lazada. Oleh sebab itu menciptakan kepercayaan konsumen

harus dilakukan melalui peningkatan komitmen dalam diri pelanggan untuk terus menggunakan *website* Lazada.

Bagi pengelola *website* Lazada diharapkan terus meningkatkan kelengkapan merek produk yang ditawarkan melalui *website* Lazada, saran tersebut sangat penting karena masyarakat pada saat ini lebih mengikuti trend gaya hidup yang berlaku, pada umumnya masyarakat selalu konsumtif khususnya pada produk produk yang dianggap unik, menarik dan murah. Pengelola *website* Lazada, sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan variabel yang paling besar kontribusi pengaruhnya terhadap keputusan konsumen berbelanja *online* melalui *website* Lazada, oleh sebab itu sangat penting bagi pihak pengelola *website* untuk terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen dengan cara menjamin keamanan transaksi melalui *website* Lazada, kesesuaian informasi dengan kenyataan yang dirasakan konsumen, serta memperkuat komitmen pengelola *website* dan penjual pada konsumen. Dengan meningkatnya kepercayaan konsumen pada pemanfaatan *website* Lazada akan mendorong terjaganya eksistensi *website* dalam jangka panjang.

Pengelola *website* dan penjual berdasarkan hasil yang diperoleh dalam tahapan pengujian hipotesis terlihat bahwa gaya hidup memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong menguatnya keputusan konsumen berbelanja melalui *website* Lazada. Oleh sebab itu sangat penting bagi pengelola *website* untuk menjaga dan meningkatkan gaya hidup kepada konsumen, khususnya masalah konsistensi mutu pelayanan, ketepatan dan kecepatan transaksi, ketelitian dalam pengiriman dan

meningkatkan nilai kepedulian atau *emphaty* kepada konsumen. Meningkatnya gaya hidup yang dirasakan konsumen akan semakin memperkuat komitmen pelanggan untuk terus menggunakan *website* Lazada dalam jangka panjang.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki sejumlah kekurangan dan kelemahan yang disebabkan karena adanya keterbatasan yang peneliti miliki. Keterbatasan utama yang peneliti rasakan adalah masih terdapatnya sejumlah variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempengaruhi keputusan berbelanja *online* melalui *website* Lazada seperti : E-lifestyle, Minat beli, Harga, Kepuasan konsumen, dan sebagainya.

### 5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan hasil penelitian maka diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Pengelola Lazada diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan pengguna *website* Lazada dengan cara menjaga komitmen pengelola terhadap pengguna seperti meningkatkan rasa aman pengguna khususnya dalam membeli produk dengan harga yang relatif tinggi. Selain itu pengelola Lazada harus berkomitmen untuk menjaga ketepatan waktu pengantaran produk kepada konsumen mengingat didalam distribusi frekuensi variabel kepercayaan, sebagai responden memberikan nilai rendah terhadap pelayanan tersebut.

2. Peneliti dimasa mendatang diharapkan mencari dan menambahkan variabel baru yang juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja *online* melalui sebuah *website* berbasis *e-commerce*, variabel tersebut seperti : E-lifestyle, Minat beli, Harga, Kepuasan konsumen, dan sebagainya.

