

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Lazada di Kabupaten Kuningan. Artinya, secara simultan ketiga variabel tersebut dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Semakin baik kualitas layanan, semakin mudah penggunaan aplikasi, serta semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan konsumen, maka akan semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian di *e-commerce* Lazada.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada. Artinya, pelayanan yang cepat, ramah, tepat waktu, dan memberikan kepuasan kepada konsumen mampu meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk bertransaksi di *e-commerce* Lazada.
3. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada. Artinya, sistem atau aplikasi Lazada yang mudah dipahami dan dioperasikan, baik dari segi tampilan, navigasi, maupun proses transaksi, memberikan kenyamanan bagi konsumen sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian.
4. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada. Artinya, konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi, baik dari segi perlindungan data pribadi maupun jaminan keamanan dalam proses pembayaran, sehingga meningkatkan keyakinan mereka untuk membeli produk melalui *platform* tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil dari pernyataan pada variabel kualitas layanan pada pernyataan nomor 1 dengan indikator tampilan *website* menarik merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlunya peningkatan dalam hal desain antarmuka *website* Lazada agar lebih menarik, informatif, dan *user-friendly* guna meningkatkan pengalaman pengguna saat mengakses *platform* tersebut.
2. Hasil dari pernyataan pada variabel kemudahan penggunaan pada pernyataan nomor 1 dengan indikator mudah untuk dipelajari merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlunya peningkatan dalam menyediakan panduan atau fitur bantuan yang jelas, serta penyederhanaan navigasi agar pengguna baru dapat dengan mudah memahami cara penggunaan aplikasi atau *website* Lazada.
3. Hasil dari pernyataan pada variabel keamanan pada pernyataan nomor 9 dengan indikator kualitas produk merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlunya peningkatan dalam pengawasan terhadap kualitas produk yang dijual oleh penjual di *platform* Lazada, termasuk sistem peninjauan atau verifikasi produk agar konsumen merasa aman dan percaya terhadap produk yang dibeli.
4. Hasil dari pernyataan pada variabel keputusan pembelian pada pernyataan nomor 7 dengan indikator pembelian berulang merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlunya peningkatan dalam menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan, seperti program loyalitas, penawaran khusus, atau peningkatan layanan purna jual agar konsumen terdorong untuk melakukan pembelian ulang.
5. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian lanjutan, khususnya yang ingin mengembangkan variabel tambahan seperti seperti harga, promosi, ulasan pelanggan, kepercayaan konsumen atau kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian ke platform *e-commerce* lain atau wilayah geografis yang berbeda untuk hasil yang lebih general.