

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh promosi penjualan, kemudahan bertransaksi dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli di Lazada maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi penjualan, kemudahan bertransaksi dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat beli di Lazada pada Pengguna *marketplace* di Kabupaten Kuningan. Artinya perubahan minat beli dipengaruhi oleh variasi promosi penjualan, kemudahan bertransaksi dan kepercayaan konsumen.
2. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Lazada pada Pengguna *marketplace* di Kabupaten Kuningan. Artinya peningkatan pada promosi penjualan akan meningkatkan minat beli.
3. Kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Lazada pada Pengguna *marketplace* di Kabupaten Kuningan. Artinya peningkatan pada kemudahan bertransaksi akan meningkatkan minat beli.
4. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Lazada pada Pengguna *marketplace* di Kabupaten Kuningan. Artinya peningkatan pada kepercayaan konsumen akan meningkatkan minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis memberikan beberapa saran sebagaimana disajikan pada uraian sebagai berikut:

1. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan promosi penjualan yaitu Lazada sebaiknya mempertimbangkan untuk meningkatkan frekuensi pemberian *voucher* harian, misalnya dengan menyediakan dua periode waktu berbeda dalam sehari (pagi dan malam) untuk meningkatkan *engagement* pengguna. Adanya hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat beli.

2. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemudahan bertransaksi yaitu Lazada perlu melakukan optimalisasi performa aplikasi khususnya pada proses transaksi. Respon aplikasi yang cepat meningkatkan kenyamanan pengguna, mengurangi potensi gagal transaksi, dan membangun kepercayaan konsumen pada *platform*. Adanya hal tersebut diharapkan meningkatkan minat beli.
3. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen yaitu Lazada sebaiknya meningkatkan kecepatan dan kualitas layanan pelanggan, misalnya dengan menambah jumlah staf *customer service*, menerapkan sistem yang responsif, serta memastikan adanya standar waktu tanggapan. Adanya hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen di Lazada.
4. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat beli yaitu Lazada sebaiknya mengadopsi strategi promosi yang lebih menarik untuk produk baru, seperti memberikan diskon khusus, *voucher* eksklusif, uji coba gratis, atau ulasan dari *influencer* terpercaya. Pendekatan ini meningkatkan rasa penasaran dan kepercayaan konsumen sehingga minat belinya semakin tinggi.
5. Peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen sebaiknya menggunakan variabel bebas lain seperti kualitas produk, persepsi harga, citra merek, pengalaman konsumen, ulasan atau testimoni dari pengguna lain, inovasi produk, serta faktor sosial dan budaya (teman sebaya atau tren yang sedang populer).