

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di online shop lazada pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
2. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di online shop lazada pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, terdapat beberapa implikasi bagi pihak online shop Lazada.

1. Promosi merupakan salah satu faktor penentu terjadinya keputusan pembelian terbukti dengan validnya semua item pernyataan pada variabel promosi. Maka pihak lazada harus tetap menjaga dan meningkatkan lagi promosi yang dilakukan agar pelanggan tetap tertarik untuk melakukan pembelian di online shop lazada.
2. Selanjutnya hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan bukan merupakan faktor penentu bagi mahasiswa bung hatta dalam melakukan keputusan pembelian.

### **5.3 Keterbatasan Metodologi Penelitian dan Saran Untuk Peneliti Selanjutnya**

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini belum sempurna, adanya beberapa keterbatasan dalam pembuatan penelitian ini dan saran yang di ajukan untuk peneliti selanjutnya yaitu :

1. Secara struktural dari sisi gender pelanggan lebih cenderung didominasi oleh wanita, kondisi ini berpotensi untuk menciptakan pembelian karena wanita lebih cenderung mengandalkan emosinya saat berbelanja, bahkan terkadang kecendrungan berbelanja pada wanita lebih besar dari pada pria. Maka pada penelitian berikutnya peneliti disarankan untuk menjaga proporsi responden berdasarkan gendernya.
2. Selanjutnya berdasarkan rata – rata usia pelanggan yang melakukan pembelian berusia 20 tahun, maka pihak lazada harus lebih memperhatikan lagi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan guna meningkatkan keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Agustina, Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Aini, Khurotul & Rahmawati. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Alfamidi Super, Jalan Kaliurang, Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 15, Nomor 2, 2018.
- Akbar, Muhammad. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Terasi Udang Lombok "Bunda Zaenab" Di CV. Laut Indah Lombok). Undergraduate (S1) Thesis. University Of Muhammadiyah Malang.
- Arikunto. 2002. "Prosedur Penelitian." *Rineka Cipta, Jakarta*.
- Astuti, Dewi & Ernawati, Sri 2020. Strategi Promosi Dan Word Of Mouth Dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. Vol. 8, No. 2 – September 2020.
- Balawera, Asrianto. (2013). *Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado*. *Jurnal EMBA*, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129.
- Barnes, J. G. 2013. *Secrets Of Customer Relationship Management*. Yogyakarta; Andi.
- Basu Swastha & Irawan. 2005 *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Bernik, M dan Ramadhan, M,B,. 2018 'Pelaksanaan bauran promosi pada produk beras untuk meningkatkan omzet penjualan' *JMTT*, vol.11, no.3 , diakses 18 Oktober 2019, <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/9962>
- Chairunissa, Siti., Juanna, Andi dan Ismail Yulinda L. 2022. Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis P-Issn 2620-9551 E-Issn 2622-1616 Jambura: Vol 5. No 2. September 2022*.
- Fadila, Annisa., Bulan, Tengku Putri Lindung dan Amilia, Suri.. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Di Pangkalan Brandan. Vol 1, No 1.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Febriansyah Dan Khusnul Khotimah. 2018. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen & Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop*. Jakarta; Fakultas Bisnis, Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* , Vol 1, No.1.
- Firmansyah, M. A. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Freddy Rangkuti, 2008. *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit :Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBS SPSS.” In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. Universitas Diponegoro *Partial Least Square*.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM Dan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J F, Willian C. Black, Barry J. Babin, And Rolph E. Anderson. 2014. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7th Ed. New Jersey: Pearson Education.
- Iskandar, Dani dan Muhammad Irfan Bahari Nasution. 2019. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1 (1): 128- 137.
- Istanti, Ferdianaika. 2017. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, Vol. 4, No 1: 2355-8865.
- Jayanti, Ratna Dwi. 2015. “Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online”, *Jurnal EKSIS Vol. X No. 1 April 2015*.
- Kotler, Phillip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Dan Gary Amstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. P125.
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

- Lita, M.2009. Produktivitas Kerbau Rawa Di Kecamatan Muara Muntai, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. Skripsi. S1 Ilmu Produksi Dan Teknologi Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Maima, Rizka. 2012. *Analisis Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sikap Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.
- Mambu, Trifena Revangelista, Tampi, Johny R.E dan Mukuan, Danny D.S. 2021. Kepercayaan Konsumen,as Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kota Tondano. *Productivity*, Vol. 2 No. 1, 2021 E-ISSN. 2723-0112.
- Mongi, Lidya. Mananeke, Lisbeth dan Repi, Agusta. 2013. Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 2336-2346.
- Mowen, John C Dan Minor, Micheal. 2012. Perilaku Konsumen Dialih Bahasakan Oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Munthe, Fernando & Simbolon, H. 2022. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Pada Karyawan Di Bank BUMN X Medan. Vol 2, No 1 Mei 2019. *Psikologi Prima*, 2(1), 64–74.
- Mursid. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mutiara dan Wibowo, Imam 2020. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol.8. No. 2, Mei-Agustus 2020.
- Nasution, S. 2002. Jakarta: Rineka Cipta *Metode Penelitian*.
- Njoto, Dea Putri; Sienatra Dan Sienatra, Krismi Budi. 2018. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Volume 3, Nomor 5.
- Octavia, Azalia Calvina .2021. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Flaminggo Collection. *Edunomika – Vol. 05, No. 02 (2021)*.
- Pamungkas, Yustinus F. C. dan Ellyawati, J.2014. Pengaruh Orientasi pembelian, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Online Terhadap Niat Beli Online.*Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.

- Putri, Ananda Hairin Nasya dan Batu, Reminta Lumban. 2022. Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang). E-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 10, Nomor 2, Mei 2022 : 222-231.
- Samosir, Charlie Bernando Halomoan Dan Arief Bowo Prayoga K. 2015. *Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol,1 No.3.
- Sarwono, Jonathan. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Ed. ANDI. 226 Hal. Yogyakarta.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour 7 Th. Edition*. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, Leon.G. Dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan Oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Solihin, Dede. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, Vol. 4, No. 1, Juni 2020: 38 – 51.
- Sugiyono. 2012. Bandung: Alfabeta *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sulistiono, Meliana dan Setiawan, Budi. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Giant Hypermarket. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 1 No. 3, 2013 Pp. 247-254 Stie Kesatuan Issn 2337 – 7860.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: *Center Of Academic Publishing Service (APS)*.
- Susilo, Heri., Haryono, Andi Tri., Dan Mukery, Moh. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandung. *Journal Of Management*. Vol. 3, No. 7. (57-83).
- Surliana, Zulkarnaen, Irianto Dan Baiq Kisnawati, 2020, “Pengaruh, Harga Dan Kpercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Lazada)”, *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi*, Volume 6 Nomor 1, Maret 2020, Mataram.
- Tjiptono Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.

Uma Sekaran, 2006. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. 2020. Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *Cakrawala*, 3(1), 11–21.

