

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya penelitian ini, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Resiko berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

5.2 Implikasi Penelitian

Sesuai dengan hasil hipotesis yang telah dilakukan dapat diajukan implikasi penting yang dapat bermanfaat bagi marketplace Lazada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Resiko, Kemudahan dan Kepercayaan dapat membuat konsumen tidak ragu dan tidak bimbang saat melakukan pembelian pada *marketplace* Lazada. Untuk terus meningkatkan Keputusan Pembelian pada *marketplace* Lazada maka perusahaan dapat melakukan observasi secara berkala kepada konsumen agar dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan mengimplementasikannya untuk meningkatkan Keputusan Pembelian yang lebih baik.

5.3 Saran-saran

Berdasarkan dari Hasil Analisis penelitian Serta hal-hal yang berkaitan dengan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang disampaikan penulis untuk peneliti dan pembaca selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada konsumen *marketplace* lain.
2. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam berbelanja seperti harga, *online customer review* dan kualitas produk.

Peneliti yang akan datang disarankan untuk menambah karakteristik penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik