

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara kualitas *website* terhadap keputusan pembelian disitus Lazada. Hal ini berarti semakin baik kualitas *website* maka semakin tinggi keputusan pembelian di situs lazada.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Lazada. Hal ini berarti semakin tinggi promosi penjualan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat pembelian di situs Lazada.
3. Kualitas Website dan Promosi penjualan secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian disitus lazada.co.id. Hal ini berarti semakin baik kualitas website yang dimiliki lazada dan juga semakin ditingkatkannya promosi penjualan maka semakin tinggi pembelian disitus lazada

#### **5.1 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat, diantaranya :

##### 1. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel- variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini, seperti kemudahan transaksi, reputasi perusahaan, dan lain-lain.

##### 2. Bagi Perusahaan

Diharapkan pihak Lazada dapat mempertahankan serta meningkatkan *kualitas website* dengan mencantumkan informasi produk secara detail; lengkap; dan mudah dipahami di dalam *website*, meningkatkan keamanan terkait informasi pribadi pelanggan, mendesain menu yang lebih mudah dipahami, meningkatkan respons *website*, menampilkan desain

visual yang lebih menarik dan nyaman untuk dilihat, melengkapi panduan transaksi, serta meningkatkan layanan pelanggan. Hal ini dikarenakan variabel kualitas *website* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian disitus lazada. dan berdampak pada peningkatan *pembelian di lazada*, pihak Lazada diharapkan selalu jujur dalam melakukan transaksi,

#### 1. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menambahkan variabel independen lainnya yang tidak disertakan pada penelitian ini seperti kualitas informasi, citra merek, harga, promosi dan lainnya yang mungkin bisa mempengaruhi loyalitas konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Nani. 2016. *Kualitas Layanan Website E-commerce Lazada.co.id Menggunakan Teknik Pengukuran WebQual*. Jurnal Information System For Educators and Professionals, 2548-3587: 42-45.
- Ali Hasan, 2013, *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler.(2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri, sofjan 2013 *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers. Barnes, S.j., dan Vidget. R.T (2000) *WebQual: An Exploration of Web Site Quality. Proceedings of the Eighth European Conference on Information System, Vienna, juli*.
- Barnes, S., dan Vidgen .R. (2002) *An Intregative Approach to The Assesment of E-Commerce Quality*.(Buttner & Goritz,2008) *Perceived trustworthiness of online shops Oliver B.First published: 03 April 2008*
- Butter dan Goritz (2008) dalam penelitian Bayu andika (2016 ; 14) *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 doi: 10.9744/pemasaran.8.2.55-61 ISSN 1907-235X
- Cammon Joseph P. Perreault Jr. William D. McCarthy E jerome (2008) *Pemasaran Dasar : Pendekatan Manajerial Global. Edisi Keenam Belas*. Salemba Empat. Jakarta.
- Chen dan Chang, 2003. *pembelian: Kepercayaan dan risiko yang dirasakan sebagai mediator* 21 November 2008
- Dedy Ansari Harahap Universitas Islam Bandung *Pengantar Manajemen* September 2018

- Diansyah & Rahmat.M (2017) *Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian*. Jakarta. *Media Ekonomi dan Manajemen*. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/149370-ID-pengaruh-ekuitasmerek-dan-promosi-penju.pdf>
- Eko Samiono (2018 : 39) *Analisis Pengaruh Website Quality Dan Ewom Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel Dan Reservasi Hotel Online Di Indonesia*
- Gustavsson M and Johansson A., 2006 “*Consumer Trust in E-Commerce*”. The Department of Business Studies, International Business Program, FEC 685 Bachelor Dissertation, Kristianstad University, Sweden.
- Ghozali, Imam 2013 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap dan Dita 2018 *Perilaku belanja online di indonesia* Price Peta E-Commerce Indonesia. 2021; Available from: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.
- Istanti,Fredianika (2017) *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-promosi terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya*. Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya. Vol 4 No 1.
- Katawetawaraks.C.,& Wang, C.L.2011 “*Online shopper behavior: Influences of online shopping decision*”. Asian Journal of Business Research.
- Kotler dan Keller 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*.Jakarta:Erlangga
- Kotler, Keller, 2012 *Marketing Management, 14th, Person ducation*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016 *Marketing Managemen, 15th Edition*,Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gray (2014) *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga
- Laudon dan Traver 2014 *Aspek kesiapan sumber daya manusia dalam pembangunan e-business Indonesia*
- Lupiyoadi.R. & ikhsan B (2015) *Praktikum Metode Riset*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Nanang Martono.2010 *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Rajawali Pers
- Malhotra Naresh K dan David 2006 *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jilid 2. PT Indeks. Jakarta.
- Rafdhi Gahfiki Retno Setyorini Vol 4 No 1 April 2017 | Page 678 *pengaruh kualitas website terhadap keputusan pembelian pada situs bukalapak.com the impact of website quality to purchase decision on bukalapak.com*
- Setyarko Y (2016) *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online*. Jurnal Ekonomika Dan Manajemen, 5(2), 128–147.
- Sugiyono 2012 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Umar (2003) *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta
- Widayat (2004) “*Metode Penelitian Pemasaran (Aplikasi Software SPSS)*”. Malang : UMM Press.

