

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan konten visual terhadap keputusan pembelian pada situs Lazada melalui kepercayaan konsumen studi kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 21.9 % secara positif dan signifikan.
2. Konten visual tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan besar 8.4 % secara positif dan tidak signifikan.
3. Kualitas pelayanan melalui kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 34.8 % secara positif dan signifikan.
4. Konten visual melalui kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 47.64 % secara positif dan signifikan.
5. Kualitas pelayanan dan konten visual secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 61.7 % secara positif dan signifikan.
6. Kualitas pelayanan dan konten visual secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebesar 71 % secara positif dan signifikan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di paparkan maka yang menjadi saran penulis pada penelitian ini adalah :

1. Bagi situs Lazada untuk lebih mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan konten visual demi peningkatan kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian di Lazada. Ini terlihat berdasarkan penelitian dimana Kualitas pelayanan, konten visual dan kepercayaan konsumen baik secara parsial dan simultan, secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif dan signifikan.
2. Bagi penelitian berikutnya yang memiliki topik yang sama dengan penelitian ini untuk mengkaji lebih dalam pengaruh konten visual terhadap keputusan pembelian atau menggunakan indicator variabel lain sehingga penelitian bisa lebih sempurna dan lebih banyak literasi tentang topik ini.