

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Pengalaman Sebelumnya dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli secara *Online* di Lazada Indonesia, maka peneliti mengambil beberapa simpulan dan saran sebagai berikut:

1. Pengalaman Sebelumnya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli secara *Online* di Lazada Indonesia. Hal ini menyatakan hipotesis diterima dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
2. Kepercayaan Konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli secara *Online* di Lazada Indonesia. Hal ini menyatakan hipotesis diterima dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
3. Pengalaman Sebelumnya dan Kepercayaan Konsumen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Minat Beli secara *Online* di Lazada Indonesia. Maka hipotesis ini diterima dan terbukti dapat diterima kebenarannya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Perusahaan

- a. Penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif pengalaman berbelanja terhadap minat beli *online*. Pada variabel pengalaman sebelumnya, nilai jawaban responden terendah adalah pernyataan “saya merasa nyaman ketika menggunakan situs belanja *online Lazada*”. Maka saran yang diajukan adalah kenyamanan menggunakan situs belanja *online* merupakan penggerak konsumen untuk melakukan transaksi, akan semakin meningkat setelah konsumen berhasil mengumpulkan, memproses dan mensintesis informasi tentang situs *web* yang dikunjunginya. Apabila situs *web e-commerce* berkualitas baik, maka penilaian-penilaian positif akan diberikan oleh konsumen. Situs *web e-commerce* yang berkualitas baik tentunya memiliki fitur-fitur yang memenuhi kebutuhan kebutuhan pengguna dan mencerminkan keunggulan keseluruhan dari *THE web*. Keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dalam bertransaksi secara *online* (niat belanja *online*) akan terpenuhi apabila didukung oleh situs *web* yang berkualitas.
- b. Penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif kepercayaan konsumen terhadap minat beli *online*. Pada variabel kepercayaan

konsumen, nilai jawaban responden terendah adalah pernyataan “situs belanja online Lazada tidak menipu”. Untuk itu saran yang diajukan adalah sebaiknya pihak Lazada hendaknya menindaklanjuti penipuan yang telah merugikan konsumen dan mempermudah konsumen dalam retur pembelian. Dan memperbaiki mutu kualitas barang yang dijual dengan cara memverifikasi para pelapak yang akan menjual tersebut apakah barang asli atau palsu. Hal ini dikarenakan jika kebutuhan gaya hidup berbelanja konsumen terpenuhi maka akan menaruh minat untuk melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan kepercayaan dari konsumen menjadi dasar apakah konsumen tersebut akan melakukan sebuah pembelian khususnya dalam berbelanja *online*.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan kajian lebih lanjut tentang variabel-variabel yang juga mempengaruhi minat belanja *online* yang belum dikaji di penelitian ini misalnya kualitas pelayanan, reputasi vendor, promosi, kemudahan penggunaan, atau yang lainnya.
- b. Peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan kajian dengan populasi yang lebih luas misalnya kalangan masyarakat suatu daerah.
- c. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian tentang keputusan berbelanja *online*.