

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat di tarik kesimpulan bahwa :

1. Persepsi Pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada pelanggan Lazada di Surabaya, Yang artinya semakin tinggi Persepsi Pelanggan bahwa *online* Lazada ini adalah *online* terbaik, maka semakin tinggi pula pelanggan yang menggunakan *online* Lazada dan akan berpengaruh signifikan positif terhadap *online* Lazada.
2. Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian *online* pada pelanggan Lazada di Surabaya, Yang artinya apabila Kepercayaan Pelanggan yang menggunakan *online* Lazada benar – benar sesuai dengan kepercayaan mereka yaitu menggunakan *online* Lazada dan dampaknya berpengaruh signifikan positif.
3. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian *online* pada pelanggan Lazada di Surabaya, Yang artinya semakin tinggi Kualitas Layanan yang diberikan oleh *online* Lazada, semakin tinggi pula minat pelanggan untuk menggunakan *online* Lazada.
4. Persepsi Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian *Online* pada pelanggan Lazada di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Responden dalam penelitian ini yang berpendidikan terakhir SMA / SMK dengan umur 17 – 22 kurang memahami butir – butir pernyataan, Sehingga mereka cenderung mengisi kuisisioner tidak sesuai dengan harapan peneliti, sehingga adanya penyebaran ulang kuisisioner untuk mencapai hasil yang diharapkan.
2. Dalam pelaksanaan penelitian terutama pengisian kuisisioner ada beberapa responden yang tidak mengisi secara lengkap pada beberapa pernyataan yang diajukan dalam kuisisioner sehingga harus mencari dan mengganti responden yang baru untuk melakukan pengisian kuisisioner secara lengkap
3. Responden juga enggan memberi tanda tangan dan nama terangnya pada kolom tanda tangan yang sudah disediakan.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini untuk kategori usia 35 s/d 50 tahun sangat minim sekali.
5. Pada R squarenya mendapatkan hasil yang kecil yaitu sebesar 0,342 sehingga model kerangkanya kurang baik untuk model penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun sarannya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Lazada

- a) Meningkatkan terus kualitas layanan, agar persepsi pelanggan mengenai *online* Lazada yang sudah baik dan positif saat ini dapat dipertahankan dan ditingkatkan.
- b) Menambah dan semakin melengkapi fitur layanan untuk penjualan produk – produk, karena fitur layanan sangat dipertimbangkan oleh pelanggan dalam keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji ulang penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya dengan menggunakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian yang lain seperti kepuasan konsumen sehingga diharapkan peneliti selanjutnya akan lebih baik. Selain itu diharapkan peneliti selanjutnya bisa menggunakan model penelitian yang berbeda dimana Kualitas Layanan berpengaruh tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian melalui kepercayaan pelanggan. Selain itu peneliti berikutnya dapat menambah jumlah sampel yang lebih besar dan menambah jumlah indikator dengan tujuan lebih mengeksplorasi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Sarwar, S.M Ferdous Azam, Ahasanul Haque, Ghassan Sleman dan Seyed Rajab Nikhashemi. 2013. Customer's perception towards buying chinese products : An Empirical Investigation in Malaysia. *World Applied Sciences Journal 22 (2) : 152 – 160, 2013 ISSN 1818-4952.*
- Andy Putra Mahkota, Imam Suyadi dan Riyadi. 2014. Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada pelanggan Website Ride Inc) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 8 No. 2 Maret 2014. Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*
- Ardiansyah. 2015. An analysis of security and service quality toward purchase decision on E-commerce and implications of consumer loyalty. *International Conference On Information Technology And Business ISSN 2460-7223*
- Arwiedya, Mochamad Rizky. 2011. Analisis Pengaruh Harga jeans Media Promosi, Resiko kinerja Dan Keragaman produk terhadap keputusan pembelian via Internet Pada Toko Online.
- Anderson, J.C. Dan Narus, J.A. 1990. A model of distributor firm and manufacture firm working partnership. *Journal of marketing, Vol. 54, January, 42-58.*
- Chan Cheng Yee & Rashad. Yazdanifard. 2014. How Customer Perception Shape buying Online Decision. *Journal Publisher : Global Journal inc. (USA) online ISSN : 2249 – 4588 & ISSN : 0975-5853*
- Chiu, Chao.M., Chang, Chen.C. Cheng, Hsiang.L. & Fang, Yu.H. 2009. Determinants of Customer Repurchase Intention in Online . *Online Information Review, 33(4), hal 761 - 784.*
- Cronin, J. Joseph Jr dan Steven Taylor. 1992. Measuring Services Quality : Reexamination and Extention. *Journal of Marketing, Vol.56 (July 1992), P. 55 – 68.*
- Danang Sunyoto. 2012. *Model Analisis Jalur untuk Riset Ekonomi.* Bandung: Yrama Widya.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa,* Penerbit Andi, Yogyakarta.

- Hartono, Jogiyanto. 2009. *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Andi
- Imam, Ghozali. 2011. *'Aplikasi Analysis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang; BP universitas Diponegoro.
- Imam, Ghozali. 2013. *Aplikasi Analysis Multivariate Dengan Program. Edisi ke 7*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana
- Johnstone, F dan W. Robinson. 2012. *An instrument for Assesing Communication Skill of Healthcare and Human Services Student*. 21 Desember 2014 : 18. 50 WIB
- Keller. 2008. *Strategic brand management : Buliding , Measuring, And Managing Brand Equity*. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip, and G. Amstronng. 2008. *Principle of marketing ,Prentice Hall, Inc* Indeks Jakarta.
- Kotler, P dan K. Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstronng. 2011. *Principles of Marketing*. Prentice Hall : Upper Saddle River.
- Laohapensang. O. 2009. "Factor influencing internet behavior: a survey of consumer in Thailand". *Jurnal of fashion marketing and management vol.13 No 4, 2009 pp.501-531*.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset pemasaran : Pendekatan Terapan*, PT Indeks Jakarta.
- Mohammad, M. A. & Noorjahan, P. 2009. Impact of service quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty. *ABAC Journal Vol. 29, No. 1 (January-April 2009, pp.24-38)*.
- Morissan. 2012. *Metode penelitian survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mohsin Zafar, Arshad Zaheer, Saleem-ur-Rahman dan Kashif ur Rehman. 2011. "Impact of Online Service Quality on Customer Satisfaction in Banking Sector of Pakistan". *Journal of Business Management Vol.5 No.30. Pp 11786-117893*
- Ollie. 2008. *Membuat Toko Online dengan Multiply*. Jakarta. Media Kita.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L.L. 2007. Reassessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: *Implication for future Research. Journal of Marketing*
- Peter, J. Paul, dan Jerry C. Olson. 2010. *Consumer behavior & Marketing Strategy*. Ninth Edition. New York : McGraw-Hill Companies Inc.
- Raje, Archana, dan Vandana, Thandon Khanna. 2012. "Impact of E-Service Quality on Consumer Purchase Behaviour in an On-Line ". *IJCSMS International Journal of Computer Science and Management Studies. Vol 12 (02). Hal 1 - 5*
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Schiffman. L.G. dan L.L. Kanuk, 2007. *Consumer Behavior, USA*, New Jersey Prentice Hall.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sinarwati , Rahmat Madjid dan Andi Adry Alamsyah. 2013. The Roles of Behaviour Control and Trust Toward Samsung Smartphone Purchase Decision (An Empirical Study in Management Department Student Halu Oleo University) *International Journal of Science and Research (IJSR) ISSN (Online) : 2319 – 7064*.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran, Edisi 1*, Yogyakarta, Andi.
- Tony Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : Penerbit PT Indeks
- Usmara, A. 2008. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Amara Books.