

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan keamanan dan harga dengan keputusan pembelian secara *online* di Lazada pada Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Hubungan keamanan dengan keputusan pembelian secara *online* di Lazada pada Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yaitu sebesar 0,618, dengan nilai signifikansi adalah 0.000, hal ini berarti bahwa keamanan berhubungan kuat dan signifikan dengan keputusan pembelian secara *online* di Lazada pada Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.
2. Hubungan harga dengan keputusan pembelian secara *online* di Lazada pada Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yaitu sebesar 0.638 dengan nilai signifikansi 0.000, hal ini berarti bahwa harga berhubungan kuat dan signifikan dengan keputusan pembelian secara *online* di Lazada pada Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasan ini dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan di Lazada.co.id, adapun saran yang diberikan kepada perusahaan antara lain:

1. Dari sisi keamanan, perusahaan diharapkan dapat untuk lebih menjaga keamanan konsumen dalam berbelanja, tujuannya untuk meminimalisir terjadinya kesalahan-kesalahan yang dapat merugikan konsumen, dan kualitas produk yang dijual dilazada lebih diperhatikan lagi karena masih ada konsumen yang merasa tertipu bahwa kualitas produk yang dijelaskan di *wesite* tidak sesuai dengan barang yang diterima oleh konsumen.
2. Dari sisi harga, perusahaan lebih memperhatikan harga dari produk yang dijual di Lazada agar lebih banyak lagi konsumen melakukan pembelian di *online shop* Lazada, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden berdasarkan harga dengan pernyataan harga produk yang dijual di Lazada sesuai dengan manfaat yang diterima mendapatkan skor paling rendah yaitu 73%, jadi harga produk yang dijual di Lazada tidak sesuai dengan manfaat yang diterima. Dan perusahaan diharapkan membuat kebijakan lain seperti gratis ongkos kirim keseluruhan Indonesia tanpa adanya batas minimum pembelian. Sehingga dengan adanya kebijakan tersebut akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di *online shop* Lazada.