

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk ( $X^1$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli ( $Y$ ). Hal ini bisa dibuktikan dengan nilai  $T_{Hitung}$  3,992 >  $T_{tabel}$  1,65443 yang berarti dapat dinyatakan diterima atau terbukti karena setiap perusahaan bisa dikatakan memiliki kualitas yang baik ketika memiliki dampak positif terhadap Lazada, meliputi meningkatnya penjualan, dan meningkatnya citra Lazada di mata konsumen atas penggunaan produk yang ada di Lazada.
2. Harga ( $X^2$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli ( $Y$ ). Hal ini terbukti dengan nilai  $T_{Hitung}$  4,795 >  $T_{tabel}$  1,65443 yang berarti dapat dinyatakan diterima atau terbukti karena harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu kualitas produk. Sehingga dengan penetapan harga yang tepat, mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Kepercayaan Konsumen ( $X^3$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli ( $Y$ ). Hal ini bisa dibuktikan dengan nilai  $T_{Hitung}$  4,070 >  $T_{tabel}$  1,65443 yang berarti dapat dinyatakan diterima atau terbukti karena kepercayaan dapat menciptakan hubungan

kerjasama. Jadi, kepercayaan ini merupakan salah satu hal yang paling penting untuk memberikan rasa aman terhadap konsumen.

4.  $F_{hitung} 252,240 > F_{tabel} 2,66$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka hipotesis yang diterima adalah  $H^1$  yang berarti variabel Kualitas Produk ( $X^1$ ), Harga ( $X^2$ ), dan Kepercayaan Konsumen ( $X^3$ ) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Beli (Y).

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan ada beberapa hal yang bisa dilakukan pada perusahaan Lazada untuk meningkatkan minat beli sebagai berikut:

1. Bisa dilihat dari sekarang tingginya persaingan antar *Online Shop*, diharapkan Lazada harus bisa selalu meningkatkan kualitas produk, mempertahankan citra yang baik terhadap konsumen, dan juga penetapan harga yang sesuai dengan manfaat produk dan daya tarik beli konsumen. Mengingat perkembangan *Online Shop* yang semakin banyak dapat mempengaruhi minat beli konsumen.
2. Kualitas produk pada Lazada yang sudah di tawarkan baik dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan kualitas produk pada Lazada. Hal ini tentunya harus bisa menjaga kualitas produk agar banyak minat beli pada konsumen.
3. Harga produk pada Lazada masih bisa terjangkau oleh konsumen, dan sebaliknya tetap konsisten dalam memberikan harga agar bisa tetap memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen.

4. Memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk meningkatkan minat beli sehingga dapat membentuk opini dalam benak konsumen dan juga memberikan daya tarik dalam berbelanja *Online*.
5. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dan menambah variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.