

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan oleh peneliti melalui data kuesioner yang dikumpulkan dari jawaban responden yang dipilih sebagai sampel pada penelitian untuk memperoleh fakta yang terjadi di lapangan maka peneliti membuat kesimpulan dari penelitian mengenai Promo Gratis Ongkir, *Brand Ambassador* Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Lazada pada Generasi Z di Jakarta Selatan adalah sebagai berikut:

1. Promo Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan. Hal ini berarti semakin tinggi penawaran promo gratis ongkir di *marketplace* Lazada maka keputusan pembelian konsumen di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan akan semakin meningkat.
2. *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan. Hal ini berarti semakin terkenalnya seorang *brand ambassador* di *marketplace* Lazada maka keputusan pembelian konsumen di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan akan semakin meningkat.
3. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan. Hal ini berarti semakin meningkatnya kemudahan penggunaan yang dirasakan konsumen *marketplace* Lazada maka keputusan pembelian konsumen di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan akan semakin meningkat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti akan mengemukakan beberapa saran yang dapat dimanfaatkan oleh *marketplace* Lazada untuk meningkatkan pembelian konsumen serta masukan-masukan yang dapat digunakan oleh peneliti lain untuk penelitian selanjutnya. Adapun saran yang peneliti berikan yaitu:

1. Promo Gratis Ongkir di *marketplace* Lazada sudah dilakukan secara baik hal ini karena dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Namun Lazada harus lebih fokus kepada kegiatan gratis ongkos kirim dengan menambahkan penawaran gratis ongkos kirim yang lebih menarik hal ini bertujuan untuk mendorong lebih banyak lagi tindakan konsumen melakukan pembelian sehingga diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan keputusan pembelian.
2. *Brand Ambassador* di *marketplace* Lazada sudah dilakukan secara baik hal ini karena dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Namun *marketplace* Lazada harus lebih memfokuskan kepada visibilitas (kepopuleran) seorang *brand ambassador* yang ditunjuk sebagai duta merek sehingga diharapkan mampu meningkatkan pembelian di *marketplace* Lazada.
3. Kemudahan Penggunaan di *marketplace* Lazada sudah dilakukan secara baik hal ini karena dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian dan untuk meningkatkan pembelian Lazada dapat menambah atau memperbaiki fitur yang sudah ada di *marketplace* Lazada sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta memperbanyak informasi yang dapat diterima oleh konsumen baik itu mengenai promo harga yang sedang berlangsung ataupun informasi mengenai produk yang dijual.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dan perbandingan untuk penelitian yang sedang dilakukan. Serta peneliti dapat memperdalam penelitian dengan menambah beberapa variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.