

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Lazada di Kota Depok dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Artinya semakin baik kemudahan penggunaan maka semakin efektif produk tersebut sehingga akan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik kualitas produk maka semakin efektif produk tersebut sehingga akan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.
3. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik persepsi terhadap harga yang ditawarkan maka semakin besar kemungkinan konsumen tertarik untuk melakukan pembelian, karena sesuai dengan daya beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap kemudahan penggunaan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen cenderung memprioritaskan produk yang mudah digunakan, berkualitas tinggi, dan dihargai sebanding. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang menekankan aspek-aspek ini dapat memberikan dampak positif pada keputusan pembelian konsumen, memperkuat posisi merek, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kesimpulan ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor kunci yang memengaruhi perilaku konsumen, memberikan

dasar bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.

B. SARAN

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *fashion* Lazada di kota Depok. Hasilnya, rekomendasi yang ditampilkan dalam hasil pencarian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu memperhatikan kemudahan pengguna karena mudah dipelajari dan mudah digunakan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi daya minat konsumen. Mengingat selama ini banyak pesaing *e-commerce* mulai banyak fitur baru dan promo yang besar besaran.
2. Perusahaan perlu memperhatikan kualitas-kualitas produk yang dijual oleh toko-toko di lazada, menyesuaikan kualitas produk agar sesuai dengan pangsa pasar, perusahaan perlu memantau pergerakan kualitas produk toko-toko untuk memiliki strategi melihat apa yang disukai konsumen. Dengan banyaknya konsumen yang merasa kecewa dengan produk yang tidak sesuai di tampilan.
3. Perusahaan perlu memperhatikan penetapan harga produk yang akan dijual di toko-toko, menyesuaikan harga produk agar sesuai dengan pangsa pasar, perusahaan perlu memantau pergerakan harga pesaing untuk memiliki strategi melihat apa yang disukai konsumen produk pesaing hanya karena lebih terjangkau. Dengan banyaknya pesaing produk sejenis dengan harga terjangkau membuat konsumen lebih *aware* dan memahami bahwa toko tersebut amanah.