

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai maka kesimpulan yang diambil berdasarkan analisis data dari pembahasan yang dilakukan, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Whitelab* Produk *Online* di Aplikasi Lazada :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pengaruh Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Whitelab* dari Lazada. Artinya jika *Effect of Trust* tumbuh maka keputusan untuk membeli produk *Whitelab* dari Lazada akan tumbuh juga.
2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Whitelab* dari Lazada, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil analisis; akibatnya, jika kenyamanan meningkat, keputusan untuk membeli produk *Whitelab* dari Lazada juga akan meningkat.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Whitelab* di Lazada. Artinya jika Price Perception naik maka keputusan pembelian Produk *Whitelab* di Lazada akan naik juga.

#### B. Saran

Penulis mencoba memberikan beberapa rekomendasi yang dapat bermanfaat tidak hanya bagi akademisi tetapi juga bagi peneliti selanjutnya berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian dan hasil kesimpulan sebelumnya:

1. Untuk mendapatkan hasil analisis yang komprehensif, penelitian selanjutnya tidak hanya menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data primer, tetapi juga observasi lapangan dan wawancara langsung dengan responden.
2. Hanya 67,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kepercayaan, kenyamanan, dan persepsi harga, menurut penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 32,6%

dipengaruhi oleh faktor lain. Selain pengaruh kepercayaan, kenyamanan, dan persepsi harga, variabel tambahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti gaya hidup, brand ambassador, dan promosi, sebaiknya dimasukkan dalam penelitian selanjutnya.

3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dilaksanakan penelitian pada variabel lainnya untuk bisa mengetahui faktor-faktor yang lain dan menambah atau pun memanfaatkan variable dalam rangka menambah ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

