

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Harga, Keamanan, Ulasan Produk Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada Pada Masyarakat Kota Palembang, menyatakan terdapat pengaruh dari masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian secara online di lazada pada masyarakat kota Palembang. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 4,115 dan t tabel 1,974 artinya  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(4,115 > 1,974)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Jadi harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang. Hal tersebut dapat dikatakan jika harga secara online lebih murah dan mudah menemukan harga yang sesuai dengan keinginannya maka konsumen akan memutuskan untuk berbelanja secara online.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan antara keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 3,900 dan t tabel 1,974 artinya  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(3,900 > 1,974)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Jadi keamanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan

pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang. Hal ini dapat dibuktikan apabila pihak Lazada bisa menjaga privasi konsumen dan konsumen diberikan jaminan keamanan.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan antara ulasan produk terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 2,729 dan t tabel 1,974 artinya  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(2,729 > 1,974)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Jadi ulasan produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang. Hal tersebut dapat dikatakan jika ulasan produk memberikan keuntungan pada konsumen akan kualitas produk dari penilaian ulasan produk.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan antara kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 4,479 dan t tabel 1,974 artinya  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(4,479 > 1,974)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Jadi kemudahan transaksi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang. Hal tersebut dapat dikatakan apabila adanya kemudahan dalam proses transaksi secara online maka memberikan penilaian positif terhadap keputusan untuk berbelanja online.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa harga, keamanan, ulasan produk dan kemudahan transaksi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang . Hal ini dapat dilihat dari nilai  $f$  hitung 24,494 dan  $f$  tabel 2,659 artinya  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel atau ( $24,494 > 2,695$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Jadi harga, keamanan, ulasan produk dan kemudahan transaksi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada pada masyarakat kota Palembang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

### **1. Bagi Lazada**

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh Lazada sebagai berikut.

- a. Dalam penelitian ini harga yang terdiri dari indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Pihak Lazada sebaiknya memperhatikan faktor harga dengan cara melakukan lebih banyak program diskon atau program gratis ongkir pada pelanggan tanpa harus membeli dalam kuantitas banyak.

- b. Dalam penelitian ini keamanan yang terdiri dari indikator jaminan keamanan dan kerahasiaan data, diharapkan perusahaan dapat memberikan jaminan keamanan dan kerahasiaan data yang memadai. Karena keamanan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada.
- c. Dalam penelitian ini ulasan produk yang terdiri dari indikator kesadaran, frekuensi, perbandingan dan pengaruh, untuk pihak Lazada menghimbau seller yang tergabung dalam perusahaan Lazada agar mempertahankan pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas dan memberikan ulasan produk yang baik nantinya yang dapat berdampak baik bagi konsumen pada keputusan pembelian.
- d. Dalam penelitian ini kemudahan transaksi yang terdiri dari indikator kemudahan dipahami dan dioperasikan, kemudahan pembayaran, pilihan transaksi fleksibel. Kemudahan dari indikator tersebut harus lebih ditingkatkan lagi dengan memperbaiki server supaya situs tidak error apabila diakses oleh orang banyak.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada factor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan memilih objek yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah , Thamrin & Francis Tantri. 2015. *"Manajemen Pemasaran"*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Abdurrahman, Nana. 2015. *"Manajemen Strategi Pemasaran"*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Al-Quran Karim

Amstrong, Kotler. 2008. *"Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1"*. Jakarta: Erlangga.

Anandita, Anung, Florentinus Bigar Dan Sumarno Dwi Saputra. 2015. *"Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial"*, Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan.

Ardianti , Nugrahani ,Asri Dan Dr. Widiartono, M.AB. 2019. *"Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)"*, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis

Baskara, Putra, Isnain dan Guruh Taufan Hariyadi. 2015. *"Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan*

*Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang)".*

Bungin, Burhan. 2017. "*Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosiologi)*". Jakarta : Kencana.

Damasta, Isnain . Dan Widayanto. 2018. "*Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Shopping Convenience Terhadap Customer Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip Pengakses Situs Lazada.co.id)*", jurnal administrasi bisnis.

Dewi, Gemala, dkk. "*Hukum Perikatan*".

Dwi, Martini. 2015. "*Perdagangan Elektronik (E-Commerce) Dalam Perspektif Islam*".

Febriana , Mitha Dan Edy Yulianto. 2018. "*Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 Dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick)*", Jurnal Administrasi Bisnis.

Firmansyah, Anang. 2018. "*perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*"  
Yogyakarta: Budi Utama.

Fuady , Munir. 2005. "*Pengantar hukum bisnis*". bandung: PT. Citra aditya bakti.

Ghozali, Iman. 2001. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2013. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Habibah, Ummu dan Sumiati, 2016. "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madur*". Jurnal Ekonomi & Bisnis

Hery. 2019. "*Manajemen Pemasaran*". Jakarta: PT Grasindo.

Hidayat , Toni, dan T. Teviana. 2016. "*Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Lazada Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan)*", Jurnal Plans

Hidayati , Laila, Nur. 2018. "*Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya*", Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)

Igir, Gloria, Friani, dkk. 2018. "*pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil daihatsu grand max pick up (studi pada pt. astra international tbk daihatsu cabang malalayang)*", jurnal administrasi bisnis.

Istanti , Fredianaika. 2017. "*Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya*", Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya

JR , Hair, Joseph F. 2010. "*Multivariate Data Analysis*", Seventh Edition.

Keller, Kotler. 2018. "*Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*".

Keller, Kotler. 2009. "*Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kesembilan*".  
Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. "*Manajemen Pemasaran*".  
Edisi Ketiga Belas Jilid 2, (Erlangga).

Laudon, Kenneth dan Jane P Laoudon. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi Ke-10*. Jakarta: Salemba Empat

Lestari, Ayu, Niken dan Sri Setyo Iriani. 2018. "*Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com*", Jurnal Ilmu Manajemen.



Mardianto , Totok Dan Lukman Hakim. 2019. " *pengaruh keamanan, kenyamanan dan kemudahan transaksi online dalam menentukan pilihan pembeli di toko indah bordir sidoarjo*". Jurnal Sosial.

Mariah Dan Rahmat Kurniady. 2017. "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jaminan Keamanan Dalam Transaksi Dengan Menggunakan Sistem E-Commerce Pada Bajiki Store Makassar*", Jurnal Ilmiah.

Mo, Zan, Yan-Fei Li Dan Peng Fan, "*Effect Of User Reviews On Consumer Purchase Behavior*", Journal Of Service Science And Management.

Muhajirin Dan Maya Panorama. 2017. "*Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*". Yogyakarta: Idea Pres.

Muhammadinah, Erdah Litriani. 2018. "*Pratikum Ekonometrika Untuk Ekonomi Dan Bisnis Aplikasi Dengan SPSS*", Malang: Intelegensia Media

Nugrahani, Asri dan Widiartanto. 2019. "*Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)*", jurnal ilmu administrasi bisnis.

Pramana , Irfan, Rolex, Lia Suprihartini Dan Winata Wira. 2018. "*Pengaruh Keamanan, Harga, Kelompok Referensi Dan Risiko Kinerja Terhadap*

*Keputusan Pembelian Secara Online Oleh Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang Angkatan 2014)".*  
Artikel Skripsi.

Pratiwi, Yuli, Nur, Suprihatmi Sri Wardiningsih dan Sumaryanto. 2019  
"*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada (Survei Pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta)*", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan

Rahayu , Sri, Zuhriyah Dan Silvia Bonita. 2015. "*Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Palembang*" Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya

Rifa'i , Veitzal, Dkk. 2011. "*Islamic Transaction Law In Bussiness: Dari Teori Ke Praktik*" (Jakarta: Bumi Aksara.

Saripa. 2019. "*Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan Di Kota Semarang)*".

Stevanus, Antonio dan Rasia Pratiwi. 2019. "*Pengaruh Kemudahan Pembayaran Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia*".

Sudjatmika, Vania, Fransiska. 2017. "*Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com*", AGORA Vol. 5, No. 1

Siregar, Syofian. 2013. "*Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*", Jakarta: Prenadamedia Group

Suhendi , Hendi. 2005. "*Fiqih Muamalat: Membahas Ekonomi Islam, Kedudukan Harta, Hak Milik, Jual Beli, Bunga Bank dan Riba, Musyarakah, Ijarah, Koperasi, Asuransi, Etika Bisnis dll*". Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Solimun, Armanu, Dan Adji Achmad Rinaldo Fernandes. 2018. "*Metodelogi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*". (Malang : UB Press.

Suliyanto. "*Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi Dengan SPSS*", Yogyakarta: CV. Andi Offset

Sunarto, Andi. 2009. *Seluk Beluk E-Commerce*. Yogyakarta: Garailmu

Suryati, Lili. 2012. "*Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*". Yogyakarta: Budi Utama.

Suyonto, Danang. 2014, "*Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*". Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Tiana, Karina. 2019. "*Pengaruh Ulasan Produk pada Tripadvisor terhadap Keputusan Pembelian Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort*".

Tjiptono. 2008. "*Strategi Bisnis Pemasaran*" Yogyakarta: Andi.

Wanardi, Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:Deepublish

Yuliawan , Eko, Hanny Siagian, Liangdy Willis. 2018. "*Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)*", Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan.

Yunita, Rahma, Nahla, Hadi Sumarsono Dan Umi Farida.2019 "*Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Bukalapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)*" , Jurnal Manajemen Dan Akuntansi

Yusuf , Muri. 2014. "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*". Jakarta : Prenamedia Group.

Zainul, Norazlina, dkk. "e-commerce from an islamic perspective".

Pratomo, Yudi. 2020. "*APJII: Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*", <https://amp.kompas.com/tekno/APJII:-jumlah-pengguna->

[internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa/](#) , diakses pada tanggal 08 Januari 2020 pukul 18.15.

Ali, Hasanuddin. 2020. "*Layanan Digital Buatan Indonesia paling diminati Milenial*" <https://alvara-strategic.com/layanan-digital-buatan-indonesia-paling-diminati-milenial/> , diakses pada tanggal 14 Januari 2020 pukul 13.15.

Lazada. 2020. "*Tentang Lazada*", <https://www.lazada.co.id/about/> , diakses pada tanggal 02 Januari 2020 pukul 14.00.

Mahatma, Rhein. 2020. "*Data Konsumen Dan Potensi Perkembangan E-Commerce Di Indonesia*", <https://buattokoonline.id/data-konsumen-dan-potensi-perkembangan-ecommerce-di-indonesia/> Diakses Pada Tanggal 28 Agustus 2020 Pukul 19.02.

Setiawan, Diah, Sakina Rakhma. 2020. "*E-Commerce Apa Yang Pimpin Di Indonesia ?*", <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/e-commerce-apa-yang-pimpin-indonesia/> diakses pada tanggal 05 Januari 2020 pukul 21.00.

Widowati, Hari. 2020. "*Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat Di Dunia*" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia/> , diakses pada tanggal 02 Januari 2020 pukul 17.00.

Wikipedia. 2019. “*Lazada Group*”,  
[https://id.wikipedia.org/wiki/LAZADA\\_Group](https://id.wikipedia.org/wiki/LAZADA_Group), diakses pada tanggal 28  
Desember 2019 pukul 15.25.