



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pada *e-commerce* Lazada, terdapat tiga faktor yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Faktor tersebut adalah karakteristik *review*, karakteristik pemberi *review*, dan karakteristik website. Karakteristik *review* dan karakteristik website memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Lazada, sedangkan karakteristik pemberi *review* memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Lazada.

Faktor-faktor yang berpengaruh, seluruhnya juga mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil tersebut, dapat diartikan bahwa karakteristik *review*, karakteristik pemberi *review*, dan karakteristik website secara bersama-sama maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Lazada.

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diurutkan dari karakteristik *review*, karakteristik website, karakteristik pemberi *review*. Berdasarkan ketiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *e-commerce* Lazada, dapat didefinisikan bahwa responden menganggap pentingnya membaca *review* sebelum membeli barang, mempertimbangkan kualitas website. Sedangkan, tingginya frekuensi pemberi *review* dalam memberikan *review* dapat

menurunkan keputusan pembelian karena dapat menimbulkan keragu-raguan bagi calon pembeli.

Adapun variabel yang paling mempengaruhi diantara ketiga variabel penelitian ini adalah Karakteristik *Review*. Namun tidak menutup kemungkinan variabel lainnya menjadi dasar pengambilan keputusan pembeli.

5.2. Saran

Berikut merupakan beberapa masukan yang diberikan agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan penyempurnaan.

1. Penelitian selanjutnya dapat mengganti model penelitian dengan model penelitian lainnya sehingga dapat diketahui perbedaan dengan model penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya dapat mengganti objek penelitian dengan *e-commerce* lainnya sehingga dapat diketahui perbedaan dengan objek penelitian ini.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A