

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini faktor emosional dan kualitas pelayanan bertindak sebagai variabel exogenous. Untuk mengukur dan menganalisis ini digunakan Partial Least Square (PLS). Adapun hasil dari penelitian yang dapat ditarik kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan Faktor Emosional terhadap Keputusan Pembelian *Online*, pada konsumen Lazada di FEB UMY. Maka dapat disimpulkan bahwa Faktor Emosional tidak memberi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Online*. Jadi baik Buruknya Faktor Emosional pada mahasiswa FEB UMY tidak akan mempengaruhi Keputusan Pembelian *Online* di Lazada. Ini semua penjelesan sesuai dengan Teori dari hasil penelitian yang dilakukan tetapi secara Rasional justru Faktor Emosional sangat mungkin menjadi faktor yang berpengaruh, jika dilihat dari apa yang terjadi pada masyarakat pengguna Lazada sekarang.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis ke dua, bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online*, pada konsumen Lazada di FEB UMY. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan Lazada pada setiap konsumen di FEB

UMY, maka akan semakin tinggi juga keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa dan mahasiswi tersebut, begitupun sebaliknya.

3. variabel Faktor Emosional dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Besar kontribusi kedua variabel tersebut terhadap keputusan pembelian online pada konsumen lazada di FEB UMY adalah sebesar 76,9%, sedangkan sisanya sebesar 23,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi perusahaan diharap selalu meningkatkan kualitas pelayan dalam hal memberi service yang baik pada setiap konsumennya. Karna walaupun sekarang kualitas pelayanan Lazada masih terbilang baik tapi masih kalah dengan kompetitor-kompetitor barang dalam hal pengiriman barang baik sebelum dan sesudah barang diterima.
2. Bagi perusahaan dapat memunculkan inovasi-inovasi baru dalam hal kemudahan bagi konsumennya. Untuk membuat konsumen loyal dan merasa senang. Karna ini akan menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di kemudian hari.
3. Bagi perusahaan selain meningkatkan pendapatan perusahaan, perusahaan juga harus memiliki andil besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, seperti bekerja sama secara luas dengan para pelaku UMKM.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis diharapkan bisa memperbanyak sample penelitian dan objek penelitiannya,

karena di sini hanya fokus pada salah satu *E-commerce* yaitu Lazada ke depannya bisa menambah ecommerce lain yang memiliki tingkat kompetitif yang tinggi seperti Bukalapak, Shopee, dan Tokopedia. Serta menambah jumlah variabel *Independen* yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel independen, diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambah beberapa variabel seperti tingkat kepercayaan dan kebijakan return barang pada Lazada serta hubungannya dengan kepuasan pelanggan.

5. Subjek dalam penelitian ini cukup sedikit diharapkan untuk peneliti yang sama dapat memperluas area tidak hanya di satu fakultas, bisa ditambah 1 universitas atau dapat membandingnya dengan beberapa universitas bahkan 1 kota. Untuk mendapatkan responden yang lebih banyak serta penelitiannya lebih terarah dan hasil penelitiannya dapat lebih optimal.