

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh persepsi *followers facebook* lazada.co.id terhadap situs jual beli online lazada.co.id dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Sebagian besar informan memberikan persepsi positif pada situs jual beli lazada.co.id. berdasarkan kategori persepsi, maka hasil persepsi *followers facebook* lazada.co.id terhadap situs jual beli online lazada.co.id adalah :

1. Persepsi *followers* lazada di *facebook* terhadap situs online lazada ialah termasuk situs jual beli online mempunyai citra yang positif bagi masyarakat, barang yang di tawarkan cukup lengkap, pengiriman tepat waktu, produk sesuai dengan display di website.
2. Menarik menyediakan beragam fasilitas untuk memudahkan pembeli, memberikan diskon/ promo di setiap waktu.
3. Persepsi *followers* lazada di *facebook* terhadap situs online lazada ialah terpercaya, pelanggan tidak mengalami adanya penipuan, barang yang datang sesuai dengan apa yang di pesan.

Berdasarkan persepsi informan mengenai lazada.co.id dalam konteks yang diperhatikan, situs jual beli online yang mempunyai banyak promo, kelengkapan barang, pengalaman belanja, produk- produk yang menarik,

motivasi serta harapan, seluruh informan memberikan tanggapan yang positif juga, dengan mengatakan bahwa lazada adalah salah satu situs jual beli terpercaya dan terkenal di indonesia. Meskipun sekarang ini banyak bermunculan situs jual beli online baru tetapi para konsumen tidak langsung meninggalkan lazada dan beralih, sebagian dari mereka tetap kembali dan melakukan transaksi pembelian di lazada.co.id karena dengan adanya nilai lebih yang dimiliki seperti promo- promo yang di tawarkan oleh lazada.co.id. beberapa faktor yang menentukan terjadinya persepsi yakni dari pengalaman informan, kebutuhan, pengetahuan, dan motivasi yang membangun kepercayaan diri informan serta harapan-harapan untuk tumbuh berkembangnya situs jual beli online di Indonesia khususnya Lazada.co.id.

B. Saran

Saran untuk situs jual beli online lazada.co.id yaitu sebagai berikut:

1. Memberi inovasi baru pada situsnya maupun pada sosial medianya agar para konsumen tidak bosan dengan tampilan yang sudah ada
2. Tetap pertahankan kelengkapan barang- barang yang dijual, dan di tambah lagi dengan barang- barang baru.
3. Pengiriman barang dipertahankan untuk secepat mungkin agar konsumen tidak mengalami kejenuhan dalam menunggu datangnya barang pesanan.

Saran untuk penelitian berikutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya bisa menguji faktor-faktor lain yang berkontribusi dengan persepsi konsumen terhadap situs online di indonesia
2. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menambah jumlah informan sehingga hasilnya lebih menguatkan.