

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, landasan teori, hipotesis, dan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi belanja online lazada di SMA Negeri Noman Kec. Rupit Kab. Musi Rawas Utara secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan sebesar 0,126 yang artinya jika variabel promosi mengalami peningkatan, maka variabel keputusan pembelian melalui aplikasi belanja online lazada di SMA Negeri Noman Kec. Rupit Kab. Musi Rawas Utara akan meningkat sebesar 0,126. tetapi variabel promosi dalam penelitian ini mempunyai pengaruh paling kecil diantara variabel lainnya.
2. Iklan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi belanja online lazada di SMA Negeri Noman Kec. Rupit Kab. Musi Rawas Utara secara parsial berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,456 yang artinya jika variabel promosi mengalami peningkatan, maka variabel keputusan pembelian melalui aplikasi belanja online lazada di SMA Negeri Noman Kec. Rupit Kab. Musi Rawas Utara akan meningkat sebesar 0,456.
3. Harga terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi belanja online lazada di SMA Negeri Noman Kec. Rupit Kab. Musi Rawas Utara secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan sebesar 0,282 yang artinya jika variabel promosi mengalami peningkatan, maka variabel keputusan pembelian melalui aplikasi belanja online lazada di SMA Negeri Noman Kec. Rupit Kab. Musi Rawas Utara akan meningkat sebesar 0,282.

4. Persamaan regresi linear berganda  $Y = 3,002 + 0,126(X_1) + 0,456 (X_2) + 0,282(X_3)$  variabel tersebut, Iklan berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi belanja online lazada yaitu sebesar 0,456.

## 5.2 Saran

1. Untuk meningkatkan promosi pada situs belanja online lazada perlu ditingkatkan karena terdapat beberapa indikator yang dinilai belum optimal. Untuk itu perusahaan sebaiknya meningkatkan promosi penjualan dengan cara mendesain aplikasi-aplikasi atau situs belanja online lazada dengan menarik dan mudah digunakan.
2. Untuk meningkatkan iklan pada situs belanja online lazada sangat penting karena masih ada beberapa indikator yang belum optimal. Terutama untuk media cetak perusahaan sebaiknya membuat iklan yang menarik dan kreatif mengenai produk yang dijual serta memberikan kode kupon atau *voucher* untuk membuat konsumen media cetak seperti brosur, Koran dan majalah.
3. Untuk meningkatkan harga pada situs belanja online lazada juga penting untuk menarik konsumen agar membeli produk yang di jual di aplikasi belanja online lazada.
4. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada situs belanja online lazada perusahaan hendaknya mengoptimalkan beberapa indikator keputusan pembelian dengan memberikan promosi melalui media social, meningkatkan pelayanan dan kualitas produk agar konsumen puas dan juga menyediakan kolom komentar yang menarik supaya konsumen meninggalkan komentar yang baik serta merekomendasikan kepada calon konsumen.
5. Penambahan untuk jaringan internet supaya lebih kuat lagi dan penambahan untuk jaringan kartu selain telkomsel.