

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai *Cash On Delivery (cod)*, *Online Costumer Review* dan *Online Costumer Rating* terhadap Keputusan Pembelian di Lazada, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Cash On Delivery (cod)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Lazada.
2. Variabel *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Lazada.
3. Variabel *Online Customer Rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Lazada.
4. Variabel *Cod*, *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Lazada.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini maka saran-saran yang dapat diajukan adalah:

1. Berdasarkan hasil jawaban dan tanggapan responden mengenai *Cash On Delivery*, *Online Costumer Review* Dan *Online Costumer Rating* terhadap Keputusan Pembelian di Lazada sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk, pelayanan dan aspek-aspek reputasi yang sesuai dengan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil jawaban dan tanggapan responden mengenai keputusan pembelian di Lazada, sebaiknya lebih meningkatkan lagi kemantapan pada produk dan pelayanan yang bagus kepada konsumen supaya keputusan pembelian produk di Lazada bertambah.

### 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat untuk menambah variabel independen lainnya yang tentu dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel dependen lain diluar penelitian ini yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian, untuk penelitian selanjutnya dapat mengukur dan mengembangkan variabel lainnya.