

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis gaya hidup dan persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian online pada mahasiswa pengguna Lazada.co.id di Fakultas Ekonomi angkatan 2016 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi.

1. Variabel gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Variabel persepsi memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
3. Variabel gaya hidup dan persepsi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, ada beberapa hal yang peneliti sarankan kepada pihak bersangkutan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan Lazada diharapkan dapat mengikuti trend dan kekinian untuk menawarkan produknya dan gaya hidup cenderung mengikuti perkembangan jaman yang sedang berkembang.
2. Perusahaan Lazada diharapkan meningkatkan informasi yang detail, akurat, relevan sehingga persepsi konsumen positif baik tentang jasa, yang akan membuat konsumen berbelanja di Lazada.
3. Perusahaan Lazada di harapkan mempertahankan konsumen dan pelanggan agar tetap setia dan percaya, sehingga mendapatkan konsumen baru dari hasil rekomendasi yang telah berbelanja online di Lazada.