

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap pelanggan Lazada tentang pengaruh desain *website* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang, penulis telah mendapatkan hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab 4 sebelumnya dan dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel desain *website* (X1) dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen minat beli ulang pelanggan (Y) karena nilai t_{hitung} variabel X1 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,497 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,014, maka hipotesis pertama (H1) diterima.
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen minat beli ulang pelanggan (Y) karena nilai t_{hitung} variabel X1 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,592 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,001, maka hipotesis kedua (H2) diterima.
3. Variabel independen desain *website* dan kualitas pelayanan (X1, X2) mempengaruhi variabel dependen minat beli ulang (Y) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($15,350 > 3,09$), maka hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hal ini dapat terjadi apabila konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan sudah memadai, serta mudah dan jelas digunakan saat pencarian produk. Ketika konsumen sudah mendapatkan kemudahan dalam mengoperasikan *website*, dan mereka mendapatkan pelayanan yang baik serta dapat melakukan transaksi dengan mudah dan aman, maka konsumen akan merasa bahwa mereka mendapatkan manfaat atau keuntungan yang sepadan untuk mencari kebutuhan mereka. Hal ini juga akan membuat konsumen merasa nyaman dalam memilih dan membeli produk, dan secara tidak langsung mereka akan melakukan umpan balik positif pada *website* tersebut.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil yang dapat dilihat dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan menjadi faktor terkuat dalam mempengaruhi konsumen untuk datang ke *website* lazada dan melakukan pembelian kembali. Maka dalam hal ini Lazada diharapkan dapat menyiapkan strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap *e-commerce* yang ada saat ini.

Lazada juga diharapkan dapat membuat desain *website* yang lebih menarik dan tetap mempertahankan ciri khas dari desain *website* itu sendiri, desain yang lebih *fresh* dapat membuat pelanggan lama tidak jenuh karena memiliki desain yang baru.

Semakin meningkatnya penjualan *Flash Sale* yang diadakan oleh berbagai *e-commerce* termasuk Lazada, Lazada diharapkan dapat mengatasi masalah *website* yang *crash* pada saat dimulainya *Flash Sale* karena *website* yang mengalami *overload* karena terlalu banyak pelanggan yang mengunjungi *website* tersebut.

