**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis yang telah didapatkan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh desain *website,* harga dan *rating*terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Lazada (Studi Kasus Masyarakat Jalan Garu III Harjosari I Kecamatan Medan Amplas) ditunjukkan dari hasil regresi berganda Y = -7.850+ 0,143 X1 + 0,514 X2 + 0,537 X3 + e
2. Desain *website* diperoleh nilai t hitung> t tabel atau sebesar (2,111>1,665) pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini berarti semakin baik desain *website* yang dimiliki, maka keputusan pembelian pada Marketplace Lazada (Studi Kasus Masyarakat Jalan Garu III Harjosari I Kecamatan Medan Amplas) semakin meningkat. Harga diperoleh nilai t hitung > t tabel atau sebesar (5,048>1,665) pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini berarti semakin rendah harga yang dimiliki, maka keputusan pembelian pada *Marketplace* Lazada, semakin meningkat. *Rating* diperoleh nilai t hitung> t tabel atau sebesar (6.784>1,665) pada tingkat signifikansi 5%. Maka keputusan pembelian pada Marketplace Lazada semakin meningkat.
3. Hasil Uji F diperoleh F hitung> F tabel atau (72.928 > 2,72) maka dengan tingkat probability (0,00<0,05) maka pengaruh Desain *website,* harga dan *rating*secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Lazada (Studi Kasus Masyarakat Jalan Garu III Harjosari I Kecamatan Medan Amplas).

4. HasilKoefisiendeterminasi R2 (R Square) sebesar 0,742 artinyadesain*website*, hargadan*rating*mampumenjelaskanvariabelkeputusanpembeliansebesar 74,2% dansisanya 25.8% dijelaskanolehvariabel lain diluarpenelitian.

* 1. Saran

1. Diharapkan Marketplace Lazada dapat membangun dan meningkatkan desain website agar masyarakat lebih tertarik melakukan pembelian di Lazada
2. Diharapkan Marketplace Lazada memperhatikan kembali harga yang ditawarkan dan disesuai dengan kualitas dan kondisi barang yang ditawarkan
3. Diharapkan Marketplace Lazada dapat meningkatkan *rating* usahanya secara terus menerus agar dapat meningkatkan konsumen.
4. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan menambah referensi dan variabel yang lain dalam mempengaruhi keputusan pembelian Marketplace Lazada.