

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai kualitas produk (X_1) serta Harga (X_2) kepada kepuasan konsumen (Y) pada produk kecantikan di Aplikasi Lazada bisa disimpulkan seperti dibawah :

- 1 Hasil Penelitian ini memperlihatkan bahwasannya Kualitas Produk mempunyai dampak positif serta signifikan kepada kepuasan konsumen produk kecantikan di “*e-commerce*” Lazada. Semakin baik kualitas produk kecantikan di “*e-commerce*” Lazada yang diberikan pada konsumen, maka berpeluang besar meingkatkan kepuasan pada konsumen.
- 2 Hasil Penelitian ini memperlihatkan bahwasannya Harga berdampak signifikan kepada kepuasan konsumen pada produk kecantikan di “*e-commerce*” Lazada, Harga yang terjangkau dan kompetitif yang diberikan serta melalui kualitas produk yang sebanding dengan harga maka hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sebagian besar konsumen menilai bahwasannya harga produk kecantikan di “*e-commerce*” Lazada cukup kompetitif, terutama melalui adanya diskon dan promosi. Namun masih terdapat beberapa keluhan mengenai keterjangkauan harga juga kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diterima.

- 3 Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan konsumen dalam berbelanja produk kecantikan di “*e-commerce*” Lazada dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Konsumen merasa cukup puas dengan pengalaman belanja mereka, terutama jika produk yang diterima sesuai dengan ekspektasi dan harga yang dibayarkan dianggap sebanding dengan kualitas.

4.2 Saran

1. Berlandaskan hasil penelitian yang sudah dijalankan, peneliti dapat memberikan saran kepada *E- Commerce* Lazada perlunya meningkatkan *control* Kualitas produk Lazada, hal ini dapat memastikan bahwa produk kecantikan yang dijual oleh penjual di e-commerce lazada memiliki kualitas yang sesuai dengan deskripsi serta sistem ulasan yang lebih ketat agar dapat membantu menjaga kepuasan konsumen.
2. Berlandaskan hasil peneliti yang sudah dijalankan, peneliti bisa memberikan saran kepada “*e-commerce*” Lazada untuk dapat Meningkatkan Transparansi dan kejelasan informasi produk yang lebih rinci, seperti komposisi, manfaat, serta perbandingan dengan produk serupa, hal tersebut bisa membantu konsumen didalam mengambil keputusan pembelian dan mengurangi risiko ketidaksesuaian ekspektasi.
3. Berlandaskan hasil peneliti yang sudah dijalankan, peneliti dapat membagikan saran kepada “*e-commerce*” Lazada dapat mempertimbangkan program diskon dan promosi yang lebih menarik,

terutama untuk produk dengan harga yang dianggap kurang kompetitif dibandingkan e-commerce lain. Selain itu program cashback juga bisa menjadi strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.