

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Sesuai hasil penelitian diatas maka dapat diambil kesimpulan dibawah ini:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor Kualitas produk, harga, promosi, dan label halal berpengaruh secara signifikan terhadap belanja *online* bagi mahasiswa berdasarkan hasil uji t yakni kualitas produk 0.043, harga 0.021, promosi 0.035 dan label halal 0.031.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwasannya faktor yang paling dominan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan secara *online* yaitu harga dengan nilai beta 0.249 sehingga harga memiliki nilai yang paling dominan diantara seluruh faktor yang diteliti.

### B. Keterbatasan Penelitian

Walaupun sudah diupayakan semaksimal bisa jadi, tetapi nyatanya riset ini sedang banyak keterbatasan riset, mencakup :

1. Keterbatasan hal penentuan elastis yang diawasi, alhasil hasil riset ini cuma berpusat pada variabel- variabel itu
2. Keterbatasan durasi, bayaran, dan daya alhasil menghasilkan kurang maksimalnya riset ini.

### C. Saran

Sesuai kesimpulan diatas, maka dapat diajukan beberapa saran yakni:

1. Bagi pemilik toko *online* agar lebih inventif dan kreatif dalam menjalankan bisnis *online* agar mampu menjangkau lebih banyak konsumen baru dan tingkatkan motivasi belanja *online*, seperti ide *e-commerce* ataupun perdagangan elektronik lewat internet menjadi fokus banyak orang yang menawarkan sistem belanja *online* yang mudah.
2. Bagi peneliti lain diharapkan bisa menjadi acuan penelitian berikutnya yang lebih luas, mendalam kajiannya, dan menambah ilmu pengetahuan tentang belanja *online*.