

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*.