

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Peningkatan Keterlibatan Belanja Online

Mahasiswa cenderung memiliki keterlibatan yang signifikan dalam belanja online. Mereka mengakui bahwa kemudahan akses, beragamnya produk, dan promosi online menjadi faktor utama yang mendorong mereka berbelanja secara online.

2. Pengaruh Emosional dan Kepuasan

Mahasiswa melaporkan pengalaman emosional yang beragam saat berbelanja online, dari kegembiraan karena penemuan produk yang diinginkan hingga perasaan penyesalan setelah berbelanja secara impulsif. Kepuasan pelanggan dari pengalaman belanja online juga bervariasi.

3. Keterampilan Pembelian Online

Mahasiswa mengembangkan keterampilan pembelian online, seperti membandingkan harga, mencari ulasan produk, dan mencari promo. Ini mencerminkan adaptasi terhadap dunia digital yang semakin canggih.

1.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan telah dibuat, penulis diberikan saran yaitu Jumlah responden dan pertanyaan dalam penelitian ini dapat diperbanyak pada penelitian selanjutnya, sehingga data yang akan didapat lebih banyak dan beragam daripada penelitian ini dan Subjek yang diteliti harus lebih difokuskan kembali secara detail agar mendapat hasil yang lebih rinci dalam memecahkan masalah.