

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh penggunaan *e-commerce*, media sosial dan promosi terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan antara penggunaan *e-commerce*, media sosial dan promosi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Artinya bahwa semakin banyak layanan yang dapat memberikan kenyamanan, manfaat dan keuntungan bagi konsumen akan meningkatkan minat beli konsumen secara *online*.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas

Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Artinya bahwa semakin banyak respon positif konsumen maka akan menarik perhatian konsumen lain untuk melakukan pembelian secara online melalui media sosial.

4. Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Artinya bahwa semakin efektif perusahaan untuk melakukan promosi maka akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian secara *online*.

B. Saran

1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat menambah wawasan informasi terkait dengan pengaruh penggunaan *e-commerce*, media sosial dan promosi terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Selain itu dapat digunakan untuk bahan referensi jurusan ekonomi syariah dan menambah rujukan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat untuk memperbanyak wawasan mengenai penggunaan *e-commerce*, media sosial dan promosi terhadap minat beli secara *online* pada

konsumen. Selain itu peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya melakukan penelitian yang luas dan lebih bervariasi dengan menambah faktor yang dapat mempengaruhi minat beli secara *online*.

3. Bagi Pelaku Bisnis *Online*

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bagi pelaku bisnis *online* dapat meningkatkan promosi secara *online* maupun offline. Pada zaman sekarang semua sudah modern, oleh karena itu penjualan tidak hanya offline melainkan *online* juga. Penjualan *online* dapat dilakukan dengan cara membuka toko *online* melalui *e-commerce*, menjual produk atau jasa melalui media sosial dan melakukan promosi secara efektif.