

BAB VI

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap permintaan barang di *online shop*. Semakin menarik promosi yang ditawarkan, permintaan barang juga akan semakin meningkat.
2. Variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan barang di *online shop*. Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen, semakin mahal harga yang diberikan maka semakin besar minat konsumen untuk membeli barang tersebut.
3. Variabel pendapatan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap permintaan barang di *online shop*. pendapatan merupakan hal terpenting dalam memenuhi kebutuhan, keinginan akan suatu barang.
4. Variabel waktu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap permintaan belanja di *online shop*. konsumen dapat menghemat waktu belanja, kapan saja dimana saja sesuai yang diinginkan
5. Variabel resiko berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan barang di *online shop*. Resiko yang diterima oleh konsumen mengakibatkan konsumen kerap kali cemas untuk belanja di *online shop*. Namun hal itu tidak menjadikan alasan untuk tidak belanja di *online shop* lagi.

B. Saran

1. Bagi produsen yang ingin menjual hasil produksinya di *online shop* agar memperhatikan produk barang apa saja yang banyak diminati oleh konsumen *online shop*.

2. Bagi produsen yang sudah menjual hasil produksidi *online shop*, penelitian ini dapat dijadikan kajian untuk memprediksi produk yang diminati, pengaruh promosi, harga, pendapatan konsumen, waktu dan resiko yang sering dijumpai dalam *online shop*.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi permintaan barang di *online shop*. Besarnya promosi, harga, pendapatan konsumen, waktu dan resiko terhadap permintaan barang adalah 57,1% dan 42,9% Merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan barang di *online shop*.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti seberapa berpengaruhkah promosi, harga, pendapatan konsumen, waktu dan resiko terhadap permintaan barang di *online shop*. Sehingga nilai koefisien determinasi yang diperoleh yaitu sebesar 57,1%.