

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

berdasarkan hasil penelitian dari 29 indikator terbentuk 7 faktor yang mempunyai nilai eigen value lebih besar dari 1. faktor jaminan dan ulasan pada toko online, faktor media sosial, faktor harga, faktor produk, faktor kemudahan, faktor promosi dan faktor gambar dan video

1. Faktor 1 merupakan faktor jaminan dan ulasan pada toko online, terdiri dari barang sampai tujuan, ulasan/rating toko online , kesesuaian gambar dengan kondisi barang yang diterima ,ketepatan pengiriman ,keamanan informasi konsumen ,keamanan bertransaksi , jaminan keamanan barang
2. Faktor 2 merupakan faktor media sosial terdiri dari iklan di instagram, iklan di facebook dan iklan di youtube
3. Faktor 3 merupakan faktor harga terdiri dari, harga terjangkau dan kesesuaian harga dengan kualitas.
4. Faktor ke 4 merupakan faktor produk terdiri dari ketersediaan ,produk kekinian dan Variasi produk .
5. Faktor ke 5 merupakan faktor kemudahan terdiri dari kemudahan proses pembayaran dan kemudahan prosedur pemesanan
6. Faktor ke 6 merupakan faktor promosi terdiri dari gratis ongkir dan review produk oleh customer.
7. Faktor ke 7 merupakan faktor kemenarikan gambar dan video, terdiri dari gambar produk menarik dan video produk menarik

B. Saran

berdasarkan kesimpulan diatas diharapkan pelaku bisnis online yang menjadikan millennial sebagai sasaran dapat menjadikan ke 7 faktor tersebut sebagai acuan atau strategi dalam pengaplikasian bisnis yang dijalankan. untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan analisis lebih lanjut dengan menambahkan variabel – variabel lain yang dapat mendorong keputusan pembelian online serta selanjutnya dapat memperluas penelitiannya yang tidak hanya pada generasi millennial kota/kabupaten mojokerto.