

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka penulis menyimpulkan:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa dalam memilih online shop diantaranya barangnya murah di dapat, murah, pemilik toko ramah, terdapat cashback dan diskon, free ongkir, COD, hemat waktu dan tenaga, dsb.
2. Perbandingan preferensi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Ambon dalam pembelian online di marketplace Shopee dan TikTok shop adalah sebagai berikut 1) Mahasiswa lebih memilih Shopee daripada TikTok yaitu 7:5; 2) Lebih banyak item yang dibeli di Shopee dari pada TikTok oleh mahasiswa; 3) Lebih banyak keluhan terhadap barang yang dibeli dan keterlambatan pengiriman pada Shopee daripada TikTok; 4) pilihan pembayaran lebih variatif di Shopee daripada TikTok; dsb.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran yaitu:

1. Bagi mahasiswa mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Ambon, hendaknya lebih mempertimbangkan kembali dalam melakukan pembelian pada online shop agar tidak mudah tertipu

dalam melakukan pembelian,

2. Bagi pemilik online Shop lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnis online agar mampu menarik lebih banyak customer baru untuk meningkatkan motivasi belanja online, sebab konsep e-commerce atau perdagangan elektronik lewat internet ini menjadi pusat perhatian banyak orang yang memberikan kemudahan sistem berbelanja, dan
3. Bagi peneliti lain diharapkan menjadi acuan penelitian berikutnya yang lebih luas, mendalam kajiannya dan menambah ilmu pengetahuan tentang keputusan membeli.