

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan *FoMO* (X1) memiliki hasil t hitung sebesar 3,192 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,985 dan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima yaitu terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari FoMO (X1) terhadap keputusan pembelian produk halal di E-Commerce pada gen Z Surabaya.
2. Variabel pengetahuan *trend halal lifestyle* (X2) memiliki hasil t hitung sebesar 4,611 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,985 dan nilai signifikansi $< 0,001$ lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima yaitu terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari trend halal lifestyle (X2) terhadap keputusan pembelian produk halal di E-Commerce pada gen Z Surabaya.
3. Variabel pengetahuan pendapatan (X3) memiliki hasil t hitung sebesar 2,211 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,985 dan nilai signifikansi 0,029 lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima yaitu terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari pendapatan (X3) terhadap keputusan pembelian produk halal di E-Commerce pada gen Z Surabaya.

4. Berdasarkan hasil uji F, terbukti bahwa *FOMO*, *trend halal lifestyle*, dan pendapatan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal di *E-Commerce* pada gen Z Surabaya. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung yaitu sebesar 17,709 yang memiliki nilai lebih besar daripada F tabel yaitu 2,699 dan nilai signifikansi $<0,001$ lebih kecil daripada 0,05.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang bisa mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan-keterbatasan tersebut antara lain:

1. Objek penelitian hanya sebatas gen z Surabaya yang berusia 20-24 tahun yakni sebanyak 100 orang. Sehingga penelitian ini belum bisa menggambarkan secara menyeluruh kelompok gen z Surabaya.
2. Dalam mengukur Keputusan pembelian produk halal di ecommerce, peneliti hanya menggunakan tiga faktor yaitu Fomo, trend halal lifestyle, dan pendapatan sehingga masih terdapat variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian produk halal di e-commerce yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian sehingga masih banyak ruang untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.
3. Dalam penelitian ini penggunaan kategori nominal pendapatan dengan rentan paling tinggi $> \text{Rp } 3.000.000$ berdasarkan data resmi dari BPS mengenai kondisi pekerja di Indonesia per Februari 2025, yang mengelompokkan pendapatan pekerja menurut usia rentan 20-24 tahun dan dalam survei didapatkan mayoritas responden adalah kelompok mahasiswa. Sehingga penelitian ini belum bisa menggambarkan secara menyeluruh pendapatan kelompok gen z Surabaya.
4. Hasil kuesioner yang diberikan responden masih dipertanyakan keakuratannya. Responden terkadang tidak mengisi kuesioner dengan

kondisi yang sebenarnya, sehingga terdapat beberapa skor atau angka yang ekstrem saat diuji

C. Saran

Penulis sadar jika dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti masih jauh dari kata sempurna. Sehingga penulis berharap agar penelitian ini dapat disempurnakan oleh peneliti selanjutnya dengan cara mengacu pada penelitian yang sudah ada.

1. Selain ketiga variabel bebas yang dipakai dalam penelitian ini, masih terdapat 64,4% faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian produk halal di E-Commerce pada Gen Z Surabaya yang tidak diteliti. Sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah atau menggunakan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian produk halal di e-commerce, seperti faktor kualitas produk, harga, promosi, kepercayaan konsumen, dan religiusitas. Dengan demikian, penelitian akan lebih komprehensif dan mampu menjelaskan variabel-variabel yang memengaruhi keputusan konsumen secara lebih mendalam.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan sampel generasi Z di Surabaya yang lebih beragam usia dan jumlah responden yang lebih besar. Hal ini penting agar hasil penelitian dapat lebih mewakili karakteristik keseluruhan populasi generasi Z di Surabaya.