

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat mengetahui pengaruh *brand image*, *product quality*, dan *e-promotion* terhadap keputusan pembelian sirup parijotho (studi kasus pada CV. Seleksi Alam Muria). Berdasarkan hasil penelitian dan atas dasar hasil pengujian hipotesis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian statistik *brand image* (X1) terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho (Y) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  2,282 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,986 ( $2,282 > 1,986$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,025 lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,025 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti *brand image* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sirup parijotho (studi kasus pada CV. Seleksi Alam Muria).
2. Hasil pengujian statistik *product quality* (X2) terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho (Y) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  6,709 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,986 ( $6,709 > 1,986$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti *product quality* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sirup parijotho (studi kasus pada CV. Seleksi Alam Muria).
3. Hasil pengujian statistik *e-promotion* (X3) terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho (Y) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  4,716 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,986 ( $4,716 > 1,986$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti *e-promotion* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sirup parijotho (studi kasus pada CV. Seleksi Alam Muria).

4. Hasil pengujian statistik secara bersama-sama *brand image* (X1), *product quality* (X2) dan *e-promotion* (X3) terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho (Y) menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  62,812 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,702 ( $62,812 > 2,702$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti secara bersama-sama *brand image* (X1), *product quality* (X2) dan *e-promotion* (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sirup parijotho (studi kasus pada CV. Seleksi Alam Muria).

### B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yaitu meliputi:

1. Keterbatasan konsep penelitian ini menghubungkan komponen-komponen yang diperkirakan terkait dengan variabel bebas (independen), sehingga besar kemungkinan ada beberapa variabel lain yang belum masuk atau belum ikut dalam kerangka konsep yang juga berhubungan dengan keputusan pembelian sirup parijotho.
2. Keterbatasan referensi buku atau refrensi jurnal tentang penelitian atau riset sebelumnya, sehingga penelitian ini memiliki beberapa kelemahan baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.

### C. Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah ditulis diatas, adapun saran untuk penelitian kedepannya, meliputi :

1. Bagi CV. Seleksi Alam Muria diharapkan agar selalu memberikan pelayanan terbaik dan maksimal serta selalu menciptakan produk baru serta inovasi yang tinggi agar keputusan pembelian konsumen untuk mengkonsumsi produk sirup alammu parijotho.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menggunakan variabel-variabel lainnya yang bisa mempengaruhi

keputusan pembelian konsumen untuk mengonsumsi produk sirup alammu. parijotho karena masih banyak variabel yang dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian produk sirup Alammu Parijotho.

#### **D. Penutup**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan dan keselamatan serta rahmat, taufiq dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap turunkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi contoh baik bagi seluruh umat Islam di dunia, yang menjadi penerang dalam kegelapan, yang menunjukkan segala keilmuan termasuk dalam ilmu ekonomi islam yang baik dan diridhoi Allah SWT, semoga kita selalu mengikuti jejaknya dan ilmu yang kita dapatkan bermanfaat, dan semoga kita selalu dikumpulkan dalam golongan yang kelak mendapat syafaat di hari akhir kelak.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kekeliruan dan kesalahan. Hal itu merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai kesempurnaan.

Terakhir kalinya penulis hanya bisa berharap semoga skripsi ini dapat menambah dan memberi khasanah keilmuan,bermanfaat bagi pembaca dan untuk penelitian selanjutnya dan pada khususnya bagi penulis dan seluruh pembaca. Aamiin.