

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing*, *celebrity endorser* dan *religiusitas* 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 *digital marketing* (X1) terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho (Y) menunjukkan nilai thitung sebesar 3,537 dengan nilai ttabel sebesar 0,361. Dengan demikian thitung lebih besar dari ttabel ( $3,537 > 0,361$ ) dan nilai signifikansinya  $0,001 < 0,05$ , Artinya digital marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho di CV. Alammu..
2. Hasil pengujian statistik *celebrity endorser* (X2) terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho (Y) menunjukkan nilai thitung sebesar 3,252 dengan nilai ttabel sebesar 0,361. Dengan demikian thitung lebih besar dari ttabel ( $3,52 > 0,361$ ) dan nilai signifikansinya  $0,002 < 0,05$ . Artinya *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho di CV. Alammu.
3. Hasil pengujian statistik *religiusitas* (X3) terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho (Y) menunjukkan nilai thitung sebesar 2.723 dengan nilai ttabel sebesar 0,361. Dengan demikian thitung lebih besar dari ttabel ( $2,723 > 0,361$ ) dan nilai signifikansinya  $0,008 < 0,05$ . Artinya religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho di CV. Alammu.
4. Hasil pengujian statistik secara bersama-sama *digital marketing* (X1), *celebrity endorser* (X2) dan *religiusitas* (X3) terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho (Y) Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 82,770 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , (df)  $n-k - 1$  atau  $100-3-1=96$  (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Diperoleh hasil untuk Ftabel sebesar 2,702. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $82,770 > 2,702$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa digital marketing, *celebrity endorser* dan *religiuistas* secara bersama-sama

(simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk sirup parijotho.

## **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 tentang penelitian atau riset sebelumnya, sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.

## **C. Saran**

Berdasarkan penelitian diatas, adapun saran untuk penelitian selanjutnya, meliputi :

1. Bagi CV. Seleksi Alam Muria diharapkan agar selalu melakukan pemasaran yang menarik dengan menggunakan tokoh figure dan nilai-nilai agama agar keputusan pembelian konsumen untuk mengkonsumsi produk parijotho Alammu.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menggunakan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk mengkonsumsi produk sirup parijotho karena masih banyak variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Alammu Parijotho.

## **D. Penutup**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan 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 suri tauladan 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 mendapat syafa'atnya kelak di hari kiamat.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal itu semata-mata 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.

Akhirnya penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat menambah khasanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin.

