

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dan pembahasan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikansi antara variabel media sosial terhadap ketertarikan konsumen pada produk Ar Rafi. Hal ini dikarenakan pemasaran produk melalui media sosial sangat memudahkan, lebih hemat waktu, lebih murah dan bisa diikuti oleh semuakalangan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikansi antara variabel *brand equity* terhadap ketertarikan konsumen pada produk Ar Rafi. Hal ini dikarenakan Ar Rafi mampu menunjukkan ciri khas yang bisa berupa simbol dan dapat berupa makna yang bisa mengurangi biaya dalam promosi serta menarik calon konsumen dengan kesan yang dihidirkannya.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikansi antara variabel etika bisnis islam terhadap ketertarikan konsumen pada produk Ar Rafi. Hal ini dikarenakan Ar Rafi sudah melakukan hal yang sesuai dengan nilai-nilai syariah berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan tersebut.

B. Saran

1. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan objek atau subjek penelitian yang berbeda untuk membuat keputusan pembelian lebih jelas.
2. penelitian selanjutnya diharapkan menambah ataupun mengganti variabel yang akan diteliti sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih akurat.