

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari hasil olah data dilanjutkan dengan analisis pengaruh *brand image* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk *nature republic* (studi pada mahasiswa IAIN Kudus prodi Manajemen Bisnis Syariah), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian statistik secara parsial *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Produk *Nature Republic* (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Manajemen Bisnis Syariah). Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $6,130 > 1,986$ ), dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.
2. Hasil pengujian statistik secara parsial *Brand Ambassador* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Produk *Nature Republic* (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kudus Prodi Manajemen Bisnis Syariah). Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $3,803 > 1,986$ ), dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.

### B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian meliputi:

1. Variabel bebas yang dimasukkan hanya mampu mempengaruhi variable terikatnya sebesar 62,7%, sehingga masih ada 37,3% lagi pengaruh variable lain di luar variable *brand image* dan *brand ambassador* yaitu kualitas produk dan harga.
2. Responden pada penelitian ini hanya mahasiswa IAIN Kudus Prodi Manajemen Bisnis Syariah saja.
3. Kurangnya variable penelitian yang dimasukkan dalam model, sehingga memiliki kontribusi penelitian yang kurang luas.
4. Apabila hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai masukan, maka perlu dipertimbangkan adanya beberapa

keterbatasan. Hal ini perlu diperhatikan dengan maksud agar hasil penelitian ini lebih bermanfaat lagi dan bias menghasilkan data yang optimal.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya meliputi:

1. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk menyempurnakan penelitian misalnya menambahkan variabel-variabel di luar penelitian ini. Mengingat kemampuan yang dimiliki dalam menerangkan masih terbatas.
2. Perusahaan terus melakukan pengelolaan terhadap berbagai dimensi *brand image* dan *brand ambassador*, baik itu melalui media inovasi produk, kualitas produk, harga, promosi dan kualitas layanan.

### D. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan taufik-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW yang kita harapkan Syafa'atnya kelak di hari kiamat. Penulis menyadari meskipun dalam penulisan dalam skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal ini 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 khazanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.