

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *Instagram Ads* dan *Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Idamanku, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Variabel *Instagram Ads* merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Instagram Ads* adalah sebuah bentuk promosi untuk memperkenalkan informasi produk ke khalayak ramai sehingga meningkatkan Keputusan Pembelian pada produk Hijab Idamanku. Hal tersebut menunjukkan bahwa iklan melalui Instagram Ads menjadi dasar pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Hijab Idamanku. Dapat dibuktikan dengan uji statistik nilai t hitung > t tabel sebesar  $(3,608 > 1,98580)$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 ( $0,05 < 0,000$ ). Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H1.
2. Variabel *Endorsement* merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Endorsement* adalah sebuah bentuk promosi melalui kerjasama yang dijalin dengan salah satu *Celebrity Instagram* agar produk yang dijual dapat diketahui oleh khalayak ramai sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada Produk Hijab Idamanku. Hal tersebut menunjukkan bahwa iklan melalui Instagram Ads menjadi dasar pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Hijab idamanku. Dapat dibuktikan dengan uji statistik nilai t hitung > t tabel sebesar  $(7,367 > 1,98580)$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H2.
3. Variabel *Instagram Ads* dan *Endorsement* secara simultan berengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Hijab Idamanku, karena berdasarkan uji statistik diperoleh nilai F hitung > F tabel sebesar  $(69,021 > 3,09)$ . Besarnya pengaruh tersebut ditunjukkan oleh besarnya

Adjusted R square sebesar 0,564 yang berarti ada pengaruh sebesar 56,4% antara *Instagram Ads* dan *Endorsement* terhadap keputusan pembelian. Jadi ada faktor lain di luar variabel seperti *Facebook Ads*, *Email Marketing*, *Mobile Marketing* yang memengaruhi keputusan pembelian selain dua variabel tersebut dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Hijab Idamanku sebesar 43,6%.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dalam meningkatkan keputusan pembelian perusahaan lebih memperhatikan iklan melalui *Instagram Ads* dan *Endorsement* agar khalayak umum dapat mengetahui produk yang kita jual agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk Hijab Idamanku.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dari hasil Uji R<sup>2</sup> menunjukkan masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Oleh karena itu masih perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan penambahan variabel baru maupun indikator lain dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah dalam penelitian ini sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian.

### C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam mudah-mudahan tercurah kepada Rasulullah SAW yang sangat kita harapkan syafaatnya di yaumul kiamah nanti.

Penulis telah melakukan usaha semaksimal mungkin untuk penulisan skripsi ini, namun dalam penulisan ini tidak luput dari kesalahan maupun kekeliruan. Dengan hal itu ialah keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam hal ilmu ataupun kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis berharap akan adanya perbaikan dari berbagai pihak untuk mencapai tingkatan yang lebih baik.

Penulis berharap mudah-mudahan skripsi yang dibuat ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin Ya Rabbalalamiin.

