

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan strategi promosi berbasis syariah terhadap keputusan pembelian pada konsumen roti Kanaya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,985 dan nilai t tabel 2,002 dengan tingkat signifikan 0,000. Maka nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,985 > 2,002$ ), jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama berpengaruh positif antara variabel diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga dapat dilihat berdasarkan dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif yaitu sebesar 0,455. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi adanya diferensiasi produk yang diciptakan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.
2. Strategi promosi berbasis syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan hasil dari uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,294 dan nilai t tabel 2,002 dengan tingkat signifikan 0,000. Maka nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,294 > 2,002$ ), jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua strategi promosi berbasis syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif yaitu sebesar 0,346 yang menunjukkan bahwa semakin tinggi promosi syariah yang dilakukan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen terhadap produk roti Kanaya.

3. Terdapat pengaruh diferensiasi produk dan strategi promosi berbasis syariah terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F yang menyatakan bahwa nilai F hitung sebesar 75,145 dan nilai F tabel 2,77 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005 yaitu sebesar 0,000. Sehingga hipotesis tiga dapat diterima yang menyatakan bahwa diferensiasi produk dan strategi promosi berbasis syariah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,751 atau 71,5% yang berarti bahwa 71,5% dipengaruhi oleh variabel diferensiasi produk dan strategi promosi berbasis syariah dan sisanya 28,5% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini, misalnya harga, citra merek, dll.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian yang penulis lakukan, ada beberapa keterbatasan penelitian, yang meliputi:

1. Keterbatasan waktu, biaya serta tenaga sehingga menyebabkan penelitian ini kurang maksimal.
2. Dalam penelitian ini, hanya menggunakan sampel sebanyak 60 responden.
3. Data yang dianalisis menggunakan instrumen yang berdasarkan pada jawaban dari responden.
4. Dalam kuesioner yang diberikan, ada beberapa indikator pertanyaan yang kurang dipahami oleh konsumen, sehingga terdapat responden yang bertanya mengenai hal itu.

## **C. Saran**

Ada beberapa saran yang penulis sarankan yang berdasar pada penelitian yang telah dilakukan:

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan roti Kanaya, diharapkan dapat menciptakan diferensiasi bagi produknya yang lebih menarik dan sulit ditiru oleh perusahaan lain. Selain itu, bagi perusahaan juga harus selalu menggunakan startegi promosi yang islami, karena itu merupakan

salah satu ciri dari seorang pengusaha yang muslim. Sehingga dari hal tersebut, nantinya akan lebih menarik konsumen dan mereka akan memutuskan untuk membeli roti Kanaya.

2. Bagi konsumen

Diharapkan mampu membedakan produk roti Kanaya dengan produk lain, seperti dalam hal rasa, tekstur kelembutan, kemasan, dll. Selain itu juga diharapkan konsumen dapat mengetahui cara promosi yang digunakan seperti jujur dalam mendeskripsikan produknya, tidak mencela produk dari perusahaan lain, dan menepati janji mengenai waktu apabila terjadi pemesanan yang berpartai besar.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel lain seperti label halal, citra merek, harga, kualitas produk atau desain produk yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa masih ada 28,5% yang dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Sehingga nantinya akan dapat memberikan serta manambah gambaran yang lebih luas lagi mengenai variabel apa saja yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

#### D. Penutup

*Alhamdulillah* puji syukur atas kehadiran Allah Swt, yang mana telah memberikan hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S1. Sholawat serta salam kita tunjukkan kepada Nabi Muhammad Saw yang kita tunggu-tunggu syafa'atnya kelak di hari kiamat nanti.

Saya sebagai penulis karya ilmiah skripsi ini menyadari akan adanya kesalahan meskipun dalam menulis karya ini, penulis sudah berusaha semaksimal mungkin. Hal tersebut dikarenakan manusia tidak terlepas dari kesalahan dan juga keterbatasan ilmu serta kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu

penulis mengharapkan kritik dan saran dari beberapa pihak yang bertujuan untuk adanya perbaikan dan untuk mencapai sebuah karya yang lebih sempurna lagi di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga karya ilmiah skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi orang lain terutama yang berkaitan dengan judul skripsi ini. *Amin.*

