

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Melalui deskripsi pembahasan yang sudah diberikan, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Variabel Iklan ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) produk Mie Samyang, hal ini ditunjukkan dengan  $t$  hitung  $8,736 > t$ -tabel  $1,663$ .
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Variabel Merek ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) produk Mie Samyang, hal ini ditunjukkan dengan  $t$  hitung  $5,815 > t$ -tabel  $1,663$ .
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Variabel Produk ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) produk Mie Samyang, hal ini dibuktikan dengan  $t$ -hitung  $8,475 > t$ -tabel  $1,663$ .
4. Berdasarkan uji hipotesis melalui uji ANOVA (uji  $f$ ) pada variabel iklan ( $X_1$ ), variabel kesadaran merek ( $X_2$ ), dan variabel harga produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) pada produk Mie Samyang dengan nilai  $f$ -hitung  $36,455$  yang lebih besar dari  $2,15$  dan nilai probabilitas signifikan  $0,000 < 0,10$ .

### B. Keterbatasan Penelitian

Sebagai suatu penelitian, peneliti meyakini masih adanya kekurangan pada penelitian yang peneliti lakukan, yaitu:

1. Sampel yang digunakan masih terbilang kecil yaitu 90 responden.
2. Pemilihan variabel yang akan diteliti terbatas, sehingga penelitian hanya berfokus pada variabel-variabel yang diteliti.
3. Keterbatasan waktu, tenaga, serta biaya sehingga membuat penelitian menjadi kurang maksimal.

### C. Saran

Saran yang bisa diberikan melalui hasil analisis dalam penelitian ini yaitu:

1. Harapan untuk erusahaan *Samyang Food* untuk terus melakukan inovasi serta meningkatkan kualitas produk-produknya sehingga produk dari *Samyang Food* dapat bertahan dengan produk lokal Indonesia.
2. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan dapat menambah variabel lainnya yang memiliki keterkaitan dengan keputusan pembelian, hal ini dimaksudkan memberikan keluasan pengetahuan dan kebaruan mengenai faktor yang memberikan pengaruh kepada keputusan pembelian disamping variabel yang sudah disajikan.
3. Kaitannya dengan responden yang digunakan terbatas yaitu sejumlah 90 mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus sehingga diharapkan untuk penelitian berikutnya meningkatkan jumlah responden.

### D. Penutup

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, ridho serta inayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa halangan berarti. Tanpa ridho serta karunia-Nya hal ini tidak akan mungkin terjadi.

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan bimbingan dosen yang kredibel dan menggunakan prosedur ilmiah yang menjadi yang menjadi kesepakatan penelitian. Namun kekurangan dalam hal apapun menjadi keniscayaan termasuk dalam skripsi ini, kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Peneliti berharap semoga skripsi ini diridhoi oleh Allah SWT serta dapat bermanfaat dan juga dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah. *Aaamiin*.