

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data yang telah di teliti oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan atribut produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent pada mahasiswa program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus dengan metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, yaitu:

1. Secara persial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada hipotesis pertama antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent pada mahasiswa program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang dihasilkan sebesar 5,709 atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($5,709 \geq 1,986$), yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Secara persial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada hipotesis ke-dua antara harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent pada mahasiswa program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang dihasilkan sebesar 3,459 atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3,459 \geq 1,986$), yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Secara persial menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh pada hipotesis ke-3 antara promosi terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent pada mahasiswa program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang dihasilkan sebesar 2,492 atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ($2,492 \leq 1,986$), yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Secara persial menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh pada hipotesis ke-empat antara atribut produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent pada mahasiswa program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang dihasilkan sebesar 1,894 atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ($1,894 \leq 1,985$), yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.
5. Secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (kualitas produk, harga, promosi, dan

atribut produk) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian) pasta gigi pepsodent pada mahasiswa program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus, hal ini dibuktikan dengan nilai $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ ($11,613 \geq 2,47$). Yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Walaupun sudah diupayakan secara maksimal dalam melakukan penelitian ini, ternyata tetap saja dalam penelitian ini tetap saja terdapat keterbatasan pada penelitian, yang meliputi:

1. Secara persial variabel dari independen secara keseluruhan tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara positif, sebab terdapat 1 variabel independen yang menghasilkan nilai negative yaitu variabel atribut produk.
2. Variabel bebas atau independen yang diteliti hanya mampu mempengaruhi variabel terikat atau dependen sebesar 63,8%, dan sisanya 36,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel independen yang diteliti.
3. Responden yang diteliti hanya mencakup mahasiswa semester genap angkatan 2018 sampai mahasiswa semester genap angkatan 2020 program studi ekonomi syariah saja.

C. Saran

1. Bagi IAIN Kudus

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti penelitian yang sama agar dapat dijadikan sebagai perbandingan atau dapat dijadikan sebagai variabel tambahan pada penelitian selanjutnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat mengambil populasi yang lebih luas dari penelitin ini sehingga dapat dijadikan sebagai perbandingan penelitian, dan juga diharapkan dapat memberikan tambahan informasi untuk mendukung penelitian selanjutnya.

3. Bagi perusahaan PT. Unilever

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan produknya agar menjadi lebih baik lagi untuk kedepanya.