

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi melalui *facebook* terhadap keputusan pembelian produk Oriflame pada mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Kudus angkatan 2013. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 444 mahasiswa yang kemudian diambil sampel sebanyak 82 mahasiswa. Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil pengujian statistik kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,793 dengan nilai t_{tabel} 1,676 ini berarti bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,664 ($4,793 > 1,676$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan). Sehingga variabel kualitas produk (X1) merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame pada mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Kudus angkatan 2013.
2. Hasil pengujian statistik promosi melalui *facebook* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,472 dan t_{tabel} sebesar 1,676 ini berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,472 < 1,676$) maka H_0 diterima dan H_2 ditolak (tidak terdapat pengaruh yang signifikan). Sehingga variabel promosi melalui *facebook* (X2) merupakan variabel bebas yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame pada mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Kudus angkatan 2013.
3. Hasil pengujian statistik kualitas produk dan promosi melalui *facebook* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan kedua unsur tersebut merupakan faktor utama yang mempengaruhi seseorang untuk membeli produk tersebut. Hal ini menunjukkan nilai F hitung sebesar 22,963 lebih besar dari F tabel 3,18

dengan signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis tiga (H_3) yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas produk dan promosi melalui *facebook* secara bersamaan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame pada mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Kudus angkatan 2013.

B. Keterbatasan Penelitian

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

1. Variabel bebas yang dimasukkan hanya mampu memengaruhi variabel terikatnya sebesar 35,2%, sehingga masih ada 64,8% lagi pengaruh variabel lain di luar variabel kualitas produk dan promosi melalui *facebook* yaitu faktor harga, citra merek dan strategi diferensiasi.
2. Sampel yang digunakan cukup terbatas pada mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Kudus angkatan 2013, sehingga belum mampu mencerminkan keseluruhan mahasiswa STAIN Kudus.
3. Apabila hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai masukan, maka perlu dipertimbangkan adanya beberapa keterbatasan. Hal ini perlu diperhatikan dengan maksud agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat secara optimal.
4. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga peneliti dalam penelitian ini kurang maksimal.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk penambahan variabel bebas lain yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, citra merek atau strategi diferensiasi.

2. Sampel yang digunakan bisa diperluas tidak hanya mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Kudus saja dan tidak hanya terpaku pada angkatan 2013.
3. Hendaknya bagi para produsen lebih mempertimbangkan lagi kualitas produk dan promosi, karena di antara variabel-variabel tersebut menjadi stimuli konsumen untuk mempertimbangkan fungsi membeli yang realistis dan logis.
4. Dalam hal promosi pemasaran, hendaknya bagi para pemasar tidak hanya terpaku pada satu jenis media sosial *facebook* saja. Tetapi dapat merambah ke media sosial lain seperti *WhatsApp*, *twitter* atau akun *instagram* untuk lebih memperkenalkan produk perusahaan.

D. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran 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 Muhammad SAW yang kita harapkan syafa'atnya kelak di hari kiamat.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal itu 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. Amiin.