

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini terdapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel *Tagline* “Belanja Sambil Berwakaf” nilai signifikansinya adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,774 > 1,985$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. *Tagline* “Belanja Sambil Berwakaf” memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap pembelian produk.
2. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel Media Sosial Instagram nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,203 > 1,985$) , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial media sosial instagram memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap pembelian produk.
3. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel *Word Of Mouth* (WOM) nilai signifikansi adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,137 > 1,985$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial *Word Of Mouth* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap pembelian produk
4. Berdasarkan uji simultan (uji f), nilai signifikansi adalah sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai dari $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($49,432 > 2,70$), maka ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh antara

Tagline “ Belanja Sambil Berwakaf”, Media Sosial Instagram, dan *Word Of Mouth* terhadap Pembelian produk secara simultan.

5.2 Saran

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan sehingga saran yang dapat diberikan dari penelitian ini agar dapat dijadikan pertimbangan untuk menyempurnakan untuk penelitian serupa selanjutnya adalah :

1. Bagi P2WP MUI Sumut:

Diharapkan dapat terus memperkenalkan P2WP MUI Sumut melalui *tagline* sehingga masyarakat luas mengetahui tentang P2WP MUI Sumut dan untuk menarik lebih banyak lagi pembeli, memperbanyak postingan di media sosial instagram tentang produk P2WPMUI Sumut dan menciptakan *Word Of Mouth* yang positif kepada pembeli.

2. Bagi Universitas Potensi Utama

Diharapkan agar dapat meningkatkan kerja sama dengan lembaga atau unit syariah dalam hal menyediakan lokasi penelitian mahasiswa untuk memudahkan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan tugas akhir mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meningkatkan variabel penelitian atau meneliti variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi pembelian produk.