

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Celebgram terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim di Instagram “ dapat disimpulkan :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai yang diperoleh $F_{hitung} = 72.372$ dan $F_{tabel} = 3.05$, yang berarti nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} $72.372 > 3.05$ dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, dan *Celebgram* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim di Instagram.
2. Kualitas produk dan Celebgram memiliki pengaruh sebesar 46.1% terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim di Instagram. Sedangkan sisanya $100\% - 46.1\% = 53.9\%$ dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi para Pelaku bisnis di dunia online terutama aplikasi instagram agar tetap mengembangkan serta mengutamakan Kualitas Produk mulai dari desain yang unik, warna tidak mudah luntur dan jahitan lebih rapi agar konsumen *attracted* dengan produk yang ditawarkan.
2. Bagi para pelaku bisnis di dunia online terutama aplikasi instagram sebaiknya memilih dan memperhatikan dengan benar *celebgram* yang digunakan jasanya untuk mempromosikan produknya. Pemilihan *celebgram* dapat dilihat dari karakteristiknya yaitu daya tarik, keahlian dan harus dapat dipercaya. Pemilihan *celebgram* yang tepat dan sesuai akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.
3. Bagi *celebgram* yang mempromosikan produk/jasa hendaknya berlaku jujur (tidak ada unsur kebohongan

dalam penyampaian iklan) sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih luas dan variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian busana muslim di Instagram.