

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Strategi Pemasaran *Online* dan Kualitas Produk Dalam Konsep Ekonomi Syariah terhadap Keputusan Pembelian di Durian Ridho Ucok Pasar Kuto Palembang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil hipotesis ditemukan bahwa variabel strategi pemasaran *online* dalam penelitian ini secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian khususnya di Durian Ridho Ucok Palembang.
- b. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas produk dalam penelitian ini secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Durian Ridho Ucok Palembang.
- c. Hasil uji hipotesis dan analisis regresi dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran *online* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Durian Ridho Ucok. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian yaitu variabel strategi pemasaran online dan kualitas produk dapat dijadikan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian khususnya pada konsumen Durian Ridho Ucok Palembang.

- d. Dari hasil T test pada uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang lebih dominan mempengaruhi variabel dependen adalah variabel Kualitas Produk (X2), karena variabel kualitas produk memiliki nilai T test lebih besar dari nilai T test yang dimiliki variabel strategi pemasaran online (X1).

5.2 Saran

- a. Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan pihak Durian Ridho Ucok untuk dapat lebih meningkatkan lagi strategi pemasaran online dengan cara memperbaiki promosi. Apabila pemasaran online lebih baik maka konsumen akan tertarik melakukan pembelian.
- b. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengangkat tema yang sama dianjurkan untuk memperluas variabel yang diamati. Misalnya dengan menambahkan variabel lain ke variabel independen.