

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditentukan mengenai Pengaruh *Endorser* dan *Design* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslimah di Umama Gallery Palembang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Endorser* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Umama Gallery Palembang. Hal ini ditunjukkan dari uji $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,368 < 1,996$) dengan signifikansi $0,714 > 0,05$. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variable *endorser* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk muslimah di Umama Gallery Palembang. *Endorser* tidak cukup mempengaruhi keputusan pembelian karena tertutupi oleh faktor variabel lainnya seperti *design*. Sebenarnya Umama Gallery sudah melakukan kegiatan *endorser* dengan menggunakan jasa sosial media tetapi seperti yang diketahui tidak seluruh pelanggan menggunakan sosial media dan mengetahui cara kerja *endorser*.
2. *Design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslimah Di Umama Gallery Palembang. Hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,691 > 1,996$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variable *design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk muslimah di Umama Gallery Palembang. Semakin bagus dan menarik suatu desain semakin menarik minat konsumen. Dalam hal ini

Umama Gallery selalu berusaha memperbarui dan *up to date* design yang menarik.

3. *Endorser* dan *Design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $f_{hitung} 28,609 > f_{tabel} 3,13$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka secara simultan (bersama-sama) variable independen yaitu *endorser* dan *design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk muslimah di Umama Gallery Palembang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak Umama Gallery Palembang disarankan untuk terus meningkatkan kegiatan promosi terutama di bidang *endorser* agar lebih banyak pelanggan yang mengetahui dan tertarik dengan produk-produk dari Umama Gallery Palembang.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, discount, citra merek, dan lain sebagainya sehingga dapat mengembangkan penelitian ini.