BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian dengan media sosial instagram sebagai variabel moderating pada Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung dengan menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan konsumen cenderung memilih marketing yang strategis atau proses pengenalan produk Primasari Health and Beauty. Oleh karena itu dengan adanya marketing yang strategis yang dipublikasikan oleh variabel promosi dapat membantu konsumen untuk lebih cepat mengenal produk yang akan dibutuhkan.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk sehingga

harapan konsumen akan terpenuhi dengan demikan tingkat keputusan pembelian akan meningkat.

3. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa secara simultan variabel promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa promosi dan harga mempunyai peranan penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian produk.
4. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji koefisiensi determinasi dengan *Moderated Reggresion Analysis* (MRA), diketahui bahwa variabel media sosial instagram memoderasi hubungan promosi terhadap keputusan pembelian pada Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung.
5. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji koefisiensi determinasi dengan *Moderated Reggresion Analysis* (MRA), diketahui bahwa variabel media sosial instagram memoderasi hubungan harga terhadap keputusan pembelian pada Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini maka penulis menyarankan:

1. Bagi Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung

   Dari hasil penelitian ini, maka untuk meningkatkan keputusan pembelian produk di Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung

perlu mempertahankan harga yang ekonomis, strategi pemasaran produk serta kualitas produk yang semakin inovatif dengan lebih baik lagi sehingga konsumen merasa puas dan terus melakukan pembelian terhadap produk skincare.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi kepustakaan mengenai pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian dengan media sosial instagram sebagai variabel moderating. Penelitian ini juga dapat menginformasikan hasil penelitian ini di program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya dan diharapkan agar menambah ataupun mencoba variabel independen maupun variabel moderating lain agar hasil yang didapatkan lebih akurat. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan teknik pengumpulan data selain *accidental sampling*. Sehingga lebih mempermudah dalam mengumpulkan data kuesioner.