

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh pengetahuan merek dan negara produsen terhadap minat konsumen dalam memilih produk *handphone* di Counter *handphone* Sedayu Asri Celluler dalam Persepektif Ekonomi Islam, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa pengetahuan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih produk *handphone* di Counter *handphone* Sedayu Asri Celluler. Semakin tinggi pengetahuan merek maka semakin tinggi pula minat minat konsumen dalam memilih produk *handphone* di Counter *handphone* Sedayu Asri Celluler . Dengan demikian nilai sebuah nama atau simbol yang di tambahkan pada suatu produk merupakan gambaran dari merek itu sendiri. Dimana pada pengetahuan merek terdapat nilai bagi konsumen dengan meningkatkan kepercayaan diri dalam pembelian sehingga diharapkan dengan pengetahuan merek yang baik, maka konsumen akan memilih produk tersebut. Pandangan islam tentang pengetahuan merek terhadap minat konsumen ditinjau dalam persepektif ekonomi islam dalam penyampaian yang baik harus mengandung nilai-nilai merek yang jujur dan adil. Dalam hal ini pengetahuan merek dan sudah sesuai dengan pandangan ekonomi islam yaitu muamalah atau jual

beli yang mana nilai-nilai yang terkandung berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah dengan mengutamakan kejujuran sehingga meningkatkan kepercayaan diri konsumen apabila menggunakan produk tersebut dan keadilan dengan tidak adanya unsur penipuan dan manipulasi pada sebuah produk yang diproduksi.

2. Hasil pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa negara produsen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih produk *handphone* di Counter *handphone* Sedayu Asri Celluler. Semakin tinggi pengetahuan negara produsen maka semakin tinggi pula minat konsumen dalam memilih produk *handphone* di Counter *handphone* Sedayu Asri Celluler. Dengan demikian semakin negara produsen sebuah produk negara produsen *handphone* dikenal maka semakin tinggi pula minat konsumen dalam memilih produk *handphone* yang berasal dari negara produsen yang memiliki teknologi yang canggih. Pandangan islam tentang negara produsen terhadap minat konsumen ditinjau dalam persepektif ekonomi islam dalam penyampaian yang baik sudah sesuai dengan pandangan ekonomi islam yaitu muamala atau jual beli yang mana nilai-nilai yang terkandung berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah yang di dalamnya tidak mengandung kemudhorotan.
3. Hasil pengujian hipotesis bahwapengetahuan merek dannegara produsen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat konsumen dalam memilih produk *handphone* di Counter *handphone* Sedayu Asri Celluler.

4. variabel pengetahuan merek berpengaruh lebih dominan daripada variabel yang lain dalam memilih produk *handphone* di Counter *handphone* Sedayu Asri Celluler dimana hasil dari tabel *coefficients* dalam nilai Beta variabel pengetahuan merek lebih banyak.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Counter Handphone Sedayu Asri Celluler

Diharapkan Counter *Handphone* Sedayu Asri Celluler dapat memberikan pemahaman lebih kepada konsumen bahwa pengetahuan merek dan negara produsen *handphone* merupakan sesuatu hal yang penting dalam memilih produk *handphone*.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan referensi mengenai ilmu manajemen pemasaran perbankan serta tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian sehingga hasil yang nantinya diperoleh dapat lebih mencerminkan keadaan yang sesungguhnya.