BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen Busana Muslim pada Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Karena produk yang dijual pada toko El-Sagaff Moslem Shop memiliki varian produk yang banyak, dan merek yang dijual juga merek yang sudah dikenal oleh masyarakat. Pilihan produk yang diberikan berbagai macam, dan stok yang ada memiliki jumlah banyak. Sehingga memiliki daya tarik tersendiri dalam produk yang diberikan.
2. Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Karena harga yang diberikan pada toko El-Sagaff Moslem Shop sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Sehingga, konsumen berfikir apabila harga semakin tinggi maka kualitas produk yang dijual juga semakin bagus.
3. Promosi memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli. Karena pada toko El-Sagaff promosi yang diberikan belum maksimal dan masih perlu ditingkatkan lagi agar menambah minat beli konsumen.

4. Tempat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Karena tempat yang strategis, mudah dijangkau, ada akses yang mendukung dapat mempermudah konsumen untuk mendapat barang yang dinginkan, akhirnya bisa menibulkan minat beli konsumen.
5. Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Promosi, dan Tempat) secara bersama-sama dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Karena Produk, Harga, Promosi dan Tempat saling berhubumgan satu dengan yang lain. Jadi keempat unsur tersebut saling melengkapi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademis

   Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai Bauran Pemasaran terhadap minat beli konsumen, bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Toko El-Sagaff Moslem Shop Tulungagung

   Penelitian ini diharapkan berguna bagi toko sebagai sumbangan saran, pemikiran, inforamasi serta bahan masukan untuk strategi pemasaran yang lebih baik lagi khususnya pada aspek bukti fisik atau fasilitas pendukung yang diterapkan oleh toko agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk pada Toko El-Sagaff Moslem Shop.

3. Bagi peneliti yang akan datang

   Bagi peneliti yang akan datang sebagai bahan acuan dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah berbagai indikator-indikator pada pada bauran pemasaran sehingga dapat mengetahui faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.