BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh *Brand Image, Physical Evidence* dan *place* terhadap keputusan konsumen berbelanja/pembelian di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1. *Brand Image* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan produk gamis yang dijual Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung merupakan produk *fashion* gamis yang telah memiliki *brand* yang mampu mendeskripsikan kualitas yang bagus, model gamis yang selalu *trendy* dan sesuai kebutuhan. Terlebih lagi dengan tetap memperhatikan akidah agama, sehingga dapat menarik minat atau keputusan konsumen untuk berbelanja produk gamis di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.
- 2. *Physical Evidence* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan *physical evidence* atau bukti fisik tidak terlalu penting bagi kosumen untuk mengambil keputusan pembelian. Namun apabila *physical evidence* pada produk gamis di Adzkia Hijab Syar'i ditingkatkan, maka akan menambah daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja produk gamis di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

- 3. *Place* (tempat/distribusi) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan *Place* tidak terlalu penting bagi kosumen untuk mengambil keputusan pembelian. Namun apabila *place* pada produk gamis di Adzkia HijabSyar'i ditingkatkan dan dikembangkan dengan adanya butik produk gamis *brand* Adzkia Hijab Syar'i, maka akan menambah daya tarik/ keinginan bagi konsumen untuk berbelanja produk gamis di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.
- 4. *Brand Image*, *Physical Evidence* dan *place* secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan berbelanja atau keputusan pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan *brand image*, *physical evidence* dan *place* saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Jadi apabila *brand image*, *physical evidence* dan *place* tersebut dapat diterapkan dengan baik maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian atau berbelanja produk gamis di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah 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 bermanfaat bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai *brand image, physical evidence* dan

placeterhadap keputusan konsumen berbelanja atau melakukan pembelian, bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Ekonomi Syari'ah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai sumbangan saran, pemikiran, informasi serta bahan masukan untuk strategi pemasaran yang lebih baik lagi khususnya pada aspek bukti fisik atau fasilitas pendukung yang diterapkan oleh perusahaan agar dapat menarik konsumen atau pembeli untuk membeli produk di Adzkia Hijab Syar'i tersebut.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang sebagai bahan acuan dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah berbagai indikatorindikator pada masing-masing bauran pemasaran sehingga dapat mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan berbelanja atau pengambilan keputusan pembelian konsumen. Peneliti memiliki kelemahan, yang disorot dalam place bukan gudang akan tetapi semacam katalog karena marketnya adalah pasar online.