

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh endorsement, suasana toko, dan harga terhadap minat pembeli di Toko Mourish Shoplist Tulungagung maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Endorsement* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat pembeli di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan setelah toko Mourish *mengendorse selebgram* atau *influencer* yang memiliki pengikut banyak yaitu Aghnia Punjabi dan Dara Arafah maka pengikut dari Toko Mourish Shoplist juga meningkat dan banyak konsumen maupun calon konsumen yang semakin tertarik untuk berbelanja di Toko Mourish Shoplist Tulungagung.
2. Suasana toko berdasarkan dari hasil uji t tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembeli di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan adanya responden yang tidak setuju bahwa Toko Mourish Shoplist memiliki lahan parkir yang luas dan lokasi yang strategis. Penting bagi sebuah toko yang memiliki banyak pengunjung untuk memiliki lahan parkir yang luas dan lokasi yang strategis agar menarik minat pembeli serta memiliki papan nama yang jelas dan menarik saat ada calon konsumen yang melewati depan toko.. Perlunya peningkatan dalam suasana toko dengan melakukan desain ruangan yang lebih menarik lagi penataannya,

warna toko, dan penambahan musik sehingga akan menambah kenyamanan bagi konsumen yang hendak membeli.

3. Harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat pembeli di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan harga di Toko Mourish Shoplist Tulungagung yang mampu bersaing dengan toko yang lain dengan harga grosir yang lebih murah tetapi memiliki kualitas yang sama bagusnya. Penetapan harga yang lebih baik dan sesuai akan semakin manambah minat pembeli dalam toko tersebut.
4. Secara simultan atau bersama-sama endorsement, suasana toko, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembeli di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. Hal ini dibukltikan dengan dari hasil kuesioner yang telah peneliti sebar, banyak konsumen yang memilih jawaban setuju dalam pengisian angket kuesioner terhadap masing-masing variabel. Dan dari ketiga variabel bebas yaitu variabel endorsement, suasana toko, dan harga yang paling berpengaruh dominan yaitu variabel endorsement dengan memiliki nilai beta tertinggi dibanding variabel yang lain. Nilai beta dari masing-masing variabel yakni, endorsement dengan nilai beta sebesar 0,367, suasana toko dengan nilai beta 0,147, dan harga dengan nilai beta sebesar 0,388. Maka, variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap minat pembeli adalah endorsement. Karena dari endorsement pembeli mendapat informasi yang jelas dan menarik sehingga sangat berpengaruh terhadap minat pembeli itu sendiri.

B. Saran

Adapun saran yang akan peneliti sampaikan berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan kiranya memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha

- a. Toko Mourish Shoplist Tulungagung, diharapkan selalu mempertahankan strategi promosi yang sudah bagus yaitu dengan menarik minat pembeli melalui pengiklanan yang menggunakan endorsement amupun menggunakan media pengiklanan lainnya.
- b. Toko Mourish Shoplist Tulungagung diharapkan selalu memberikan suasana toko yang nyaman dan bersih agar para konsumen merasa nyaman dan santai saat berbelanja.
- c. Toko Mourish Shoplist Tulungagung diharapkan selalu menetapkan harga yang sesuai dengan kantong remaja dan sesekali memberikan potongan harga saat hari-hari spesial agar dapat meningkatkan minat pembeli yang tentunya juga harus tetap mempertahankan kualitas barang yang bagus tetapi dengan harga yang sesuai dikantong.
- d. dan untuk pengusaha yang sedang merintis sebuah usaha, diharapkan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan dapat dijadikan untuk bahan dalam mempertimbangkan tentang keputusan yang akan dibuat dalam melaksanakan bauran terhadap promosi, membuat desain dan mengatur tata letak ruangan yang dapat mempengaruhi suasana toko, dan membuat rencana serta memutuskan

siapa *public figure* yang akan di ajak atau digandeng dalam membantu dalam mempromosikan produk-produknya.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini di harapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan terutama dalam bidang ekonomi syariah dan yang berkaitan dengan endorsement, suasana toko, dan harga. Akan tetapi, dari peneliti hal ini masih banyak kekurangan dalam kajian maupun teori yang digunakan dalam mendukung pengerjaan penelitian ini, sehingga diharapkan ada penelitian lanjutan yang lebih mendalam supaya memberikan hasil yang sesuai dengan suatu kondisi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya bahan dalam penelitian selanjutnya menggunakan variabe; lain yang memiliki keterkaitan langsung terhadap minat pembeli di Toko Mourish Shoplist Tulungagung.