

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pengolahan data mengenai pengaruh eksistensi manajemen pemasaran terhadap penjualan kosmetik wardah studi pada outlet kosmetik wardah di Toko Kharisma Agung Trenggalek, maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil pengujian product (produk) dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial product berpengaruh signifikan terhadap penjualan kosmetik wardah atau terdapat pengaruh yang positif antara product terhadap penjualan di Toko Kharisma Agung Trenggalek. Hal ini berarti bahwa semakin banyak konsumen membeli produk kosmetik wardah maka semakin meningkat nilai penjualan dan keuntungan dalam menjual produk kosmetik wardah tersebut.
2. Hasil pengujian price (biaya harga) dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial price berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan kosmetik wardah terhadap penjualan di Toko Kharisma Agung Trenggalek. Hal ini berarti besarnya pengeluaran belanja sebaiknya dilakukan minimal 2 bulan sekali untuk meminimalisir pengeluaran.
3. Hasil pengujian promotion (biaya promosi) dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial promotion berpengaruh signifikan terhadap penjualan kosmetik wardah atau terdapat pengaruh yang

4. positif antara promotion terhadap penjualan di Toko Kharisma Agung Trenggalek. Hal ini berarti semakin banyak pengeluaran digunakan untuk promosi dan diskon maka semakin besar minat konsumen untuk melakukan pembelian produk.
5. Hasil pengujian secara simultan atau bersama-sama (uji F) product, price, promotion dan place memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan kosmetik wardah. Sedangkan pada (uji R^2) place memiliki tempat yang sangat strategis yaitu berada di pusat kota Trenggalek. Kesimpulannya adalah tempat memberikan pengaruh sangat besar terhadap penjualan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan keilmuan di bidang ekonomi Syariah yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Serta manfaat untuk sumbangan teori dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Perusahaan (PT Paragon Technology and Innovation)

- a. Perusahaan harus mempertahankan brand yang sudah dimiliki, atau bisa lebih ditingkatkan lagi, dan mampu meningkatkan keunikan merek wardah dibandingkan merek lain.

- b. Perusahaan sebaiknya tetap mencantumkan label halal pada semua produk yang dikonsumsi oleh konsumen dan dijual di pasaran.
 - c. Pihak perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kegiatan promosi dengan lebih aktif di berbagai media sosial, membuat promo penjualan yang menarik dengan lebih sering mengadakan acara-acara seperti *beauty class*.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam hal yang sama dengan penelitian saat ini. Peneliti mengharapkan agar peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lain yang lebih banyak lagi untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan sehingga perlu adanya peneliti selanjutnya yang lebih mendalam.