BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dari lapangan tentang pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap minat beli secara *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan telah diolah dengan menggunakan SPSS 16.0 maka peneliti menemukan hasil dan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Promosi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y) secara *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, nilai t hitung sebesar 3,987 dengan tingkat signifikansi 0,000.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y) secara *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, nilai t hitung sebesar 9,694 dengan tingkat signifikansi 0,000.
3. Variabel Promosi (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap minat beli (Y) secara *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, nilai F hitung sebesar 69,642 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penjual dan Konsumen

   a. Bagi penjual lebih baik menggunakan media sosial yang memiliki target pasar luas seperti instagram, facebook dan lainya agar dapat memperoleh konsumen dari berbagai kalangan. Bagi konsumen sebaiknya lebih cermat dalam memilih suatu produk seperti melihat kualifikasi produk, spesifikasi produk, kebenaran serta keaslian dari promosi produk tersebut dan tidak tekecoh dengan promosi-promosi yang dilakukan oleh penjual, pilih barang sesuai keinginan dan kebutuhannya, dengan mengecek langsung dari alamat web atau media sosial yang terkait.

   b. Bagi penjual dalam memproduksi suatu produk sebaiknya memperhatikan kualitas bahan seperti memilih barang yang berstandart dan sudah berlabel resmi dan kualitas produknya memang terjamin, mengecek terlebih dahulu kualitasnya sebelum menjual ke konsumen, karna semakin bagus kualitasnya maka akan semakin meningkat pula minat beli konsumen. Bagi konsumen sebaiknya dalam membeli suatu produk lebih memperhatikan kualitasnya terlebih dahulu lihat hal-hal seperti ketahanan produknya, bahan apa yang digunakan serta bentuk dari produk tersebut dan klasifikasi produk yang akan dibeli, perhatikan harga barang tersebut sesuai atau tidak dengan kualitas yang diberikan, pilih produk yang memiliki kualitas bagus dan sesuai keinginan serta kebutuhannya.

   c. Bagi penjual agar dapat menarik minat beli konsumen dan menaikan volume penjualan maka harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat

mempengaruhinya seperti kegiatan promosi yang dilakukan, kualitas produk yang dihasilkan, harga yang ditawarkan dan lainya. Untuk konsumen sebaiknya lebih cermat dan selektif lagi dalam mengkonsumsi suatu produk dengan melihat bahan produknya berukualitas atau tidak, bentuk produknya sesuai dengan harapan anda atau tidak, hal tersebut perlu dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anda.

2. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi yang berlaitan dengan promosi, kualitas produk dan minat beli secara *online*. Selain itu dapat digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Ekonomi Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakan IAIN Tulungagung. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalan hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran suatu produk. Peneliti menghimbau untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen.