

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

#### 1. Hasil hitug variabel

Setelah melakukan penelitian yang dianalisis pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh pemasaran terhadap minat beli pada Warkoba Cafe Kudus. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan pada SPSS diperoleh  $t$  hitung sebesar 3,569, sehingga  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,569 > 2,012$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien signifikansi sebesar 0,001. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran berpengaruh terhadap minat beli pada Warkoba Cafe Kudus.
- b. Terdapat pengaruh harga terhadap minat beli pada Warkoba Cafe Kudus. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan pada SPSS diperoleh  $t$  hitung sebesar 5,435, sehingga  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $5,435 > 2,012$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran berpengaruh terhadap minat beli pada Warkoba Cafe Kudus.

#### 2. Pandagan fiqih muamalah

Pemasaran dama kaidah fiqih muamalah harus sesuai dengan apa yang da dalam Al-qur'an dan hadit, sehingga apa yang disampaikan sesuai dengan apa yang dijual. Agar apa yang di terima oleh konsumen sesuai kenyataan dari apa yang sudah sampaika leh penjual.

Demikian dalam memasang harga, dan janganlah seorang muslim memasang harga yang memberatkan pada produknya dan janganah pula mengambil keutungan yang berlbih dari produk yang di tawarkan. Sehingga dikhawatirkn akan menjadikan konsumen untuk enggan datang membeli bahkan ketika sudah membeli akan merasa kecewa kaerna harga yang dibayar tidak sesuai dengan produk yang di dapatkan. Dan bahkan hasil transaksi menjdi tidak berkah.

## B. Saran

### 1. Saran bagi Warkoba Cafe Kudus

Warkoba Cafe Kudus sekiranya terus melakukan pemasaran yang masif agar konsep warung kopi baca bisa di ketahui masyarakat luas, tidak hanya diketahui oleh masyarakat kudus sendiri bahkan masyarakat seluruh Indonesia.

Serta tetap mempertahankan harga yang cukup terjangkau oleh kaum pelajar seperti mahasiswa, sehingga mereka punya waktu untuk berkumpul menikmati kopi yang nikmat dengan harga yang ramah di kantong serta suasana yang nyaman untuk menambah ilmu dari buku-buku yang tersedia.

### 2. Saran bagi peneliti selanjutnya

- a. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan untuk dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan metode lain dalam meneliti pemasaran, harga, terhadap minat beli. Misalnya menggunakan alat analisis Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan software AMOS yang memungkinkan lebih dapat mengembangkan hubungan-hubungan yang berlangsung antara variabel-variabel yang terkait dengan minat beli.
- b. Peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli. Misalnya kualitas pelayanan, ekuitas merek, kepuasan konsumen dan lain-lain.