

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Dari penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dengan jelas mengenai pengaruh *marketing syariah*, inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Marketing syariah* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM Pengusaha Jenang Karomah. Artinya *marketing syariah* yang diterapkan oleh UMKM Pengusaha Jenang Karomah sebagai strategi pemasarannya sudah baik, banyak konsumen yang puas dengan pelayanan dan produk yang dijual.
2. Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM Pengusaha Jenang Karomah. Artinya inovasi produk yang sudah dilakukan oleh UMKM Pengusaha Jenang Karomah sebagai cara untuk menciptakan dan mengembangkan produk bisa dikatakan berhasil, produk-produk yang dihasilkan siap bersaing di pasar, serta produk-produk yang ditawarkan bisa menarik minat konsumen untuk membeli produknya.
3. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM Pengusaha Jenang Karomah. Artinya citra merek yang dimiliki oleh UMKM Pengusaha Jenang Karomah sudah melekat di benak konsumen dan memiliki nilai tersendiri di hati para konsumen khususnya para pelanggannya.

### B. Saran-saran

Peneliti memiliki beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian, yaitu:

1. Untuk UMKM Pengusaha Jenang Karomah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Salah satunya dengan memberikan perhatian khusus dalam penerapan *marketing syariah*, inovasi produk dan mempertahankan citra merek. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan. Perhatian pada *marketing syariah* seperti misalnya dengan menepati janji dengan konsumen, menginformasikan suatu produk dengan jujur, bersikap sabar, ramah, dan baik, serta tidak membedakan status sosial maupun jumlah pembelian dari konsumen. Sedangkan perhatian untuk inovasi produk dapat dilakukan dengan cara menciptakan

dan mengembangkan produk yang sudah ada, produk yang siap saing, ide-ide baru, serta menciptakan desain produk yang menarik. Kemudian perhatian untuk citra merek seperti contohnya dengan memberi suatu nilai pada produk sehingga konsumen bisa lebih ingat terhadap produk-produk yang dijual, serta dengan cara menciptakan suatu ciri khas produk yang bisa membedakannya dari produk lain.

2. Untuk kalangan akademik, semoga penelitian ini bisa dipergunakan lagi sebagai tambahan ilmu dan informasi khususnya yang memiliki tema tentang pengaruh *marketing syariah*, inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. Serta untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan variabel lain seperti harga, promosi, dan lain sebagainya guna meneruskan ilmu pengetahuan agar terus berkembang.

### C. Penutup

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah dan ridha-Nya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kepada junjungan Rasulullah Muhammad SAW yang akan kita nantikan syafaatnya di hari kiamat nanti.

Saya menyadari skripsi ini mungkin akan ditemukan beberapa kesalahan dan kekeliruan meskipun sudah diusahakan secara maksimal dalam pengerjaannya. Semua itu karena keterbatasan ilmu dan kemampuan yang saya miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari berbagai pihak agar bisa menjadi lebih baik kedepannya.

Harapan saya semoga skripsi ini dapat menambah khazanah keilmuan serta bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.