

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi yang berjudul pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian studi pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikansi promosi terhadap keputusan pembelian. Dengan t_{hitung} sebesar 6,519 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,0057. Sedangkan tingkat signifikansi t_{hitung} $0,000 < 0,05$ menunjukkan hipotesis yang diajukan diterima yaitu promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh yang kuat dengan uji koefisien korelasi sebesar 0,667 yang terletak pada interval 0,60-0,799.
3. Menurut al-Syathibi, rumusan kebutuhan manusia dalam islam terdiri dari tiga jenjang yaitu:
 1. *Dhauriyat* yang mencakup
 - a) Agama (din)
 - b) Kehidupan (nafs)
 - c) Pendidikan (aql)
 - d) Keturunan (nasl) dan
 - e) Harta (mal)

Lima kebutuhan ini merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan. Bila ada satu jenis yang sengaja diabaikan akan menimbulkan ketimpangan dalam hidup. manusia hanya dapat melangsungkan hidupnya dengan baik jika kelima hal tersebut berlangsung dengan baik.

2. *Hajiyat*, jenjang ini merupakan pelengkap yang mengokohkan, menguatkan, dan melindungi jenjang *dhauriyat*.
3. *Tsaniyat*. Jenjang ini merupakan penambah bentuk kesenangan dan keindahan *Dharuriyat* dan *hajiyat*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi *Beauty Online Shop* agar memberikan promosi yang lebih menarik lagi sehingga dapat memberikan pengaruh positif kepada calon konsumen dalam keputusan pembelian. Selain itu berikan pelayanan yang lebih berkualitas agar terciptanya sikap loyalitas dari para calon konsumen.
2. Deskriptif dalam penjualan agar lebih ditekankan lagi dalam penyebutan bahan. Sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen.