

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil studi yang telah dilaksanakan terkait pengaruhnya Promosi Digital, *Service Quality*, dan *Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Aufa di Pasar Rau Trade Center Serang dalam Perspektif Islam, maka menyimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil secara parsial, menunjukkan *variable* Promosi Digital berimplikasi bersignifikan kepada Minat Beli Konsumen. Dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  serta angka  $t_{hitung} 3,169 > 1,986 t_{tabel}$ , bermakna semakin baik pelaksanaan promosi digital yang dilaksanakan oleh Toko Aufa, seperti melalui media sosial, marketplace, dan aplikasi digital lainnya, maka makin tinggi pula minat beli konsumen kepada produk yang ditawarkan. *Variable Service Quality* kepada minat Beli Konsumen berimplikasi signifikan kepada Minat Beli Konsumen. Dengan angka sig. sejumlah  $0,000 < 0,05$  serta angka  $t_{hitung} 3,845 < 1,986 t_{tabel}$ . *Variable Trust* berimplikasi signifikan kepada Minat Beli Konsumen. Dengan angka sig. sejumlah  $0,001 < 0,05$  serta angka  $t_{hitung} 3,520 > 1,986 t_{tabel}$ .
2. Hasil studi memperlihatkan Promosi Digital, *Service Quality*, dan *Trust* dipergunakan bersama (simultan) kepada Minat Beli Konsumen pada Toko Aufa di Pasar Rau Trade Center Serang meningkatkan secara signifikan atau dapat memengaruhi. Hal tersebut ditunjukkan nilai  $f_{hitung} 32,727 > 2,703 f_{tabel}$ ,

serta angka signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Perihal ini ditunjukkan oleh nilai Fhitung bersignifikan serta angka Adjusted R Square sejumlah 50%, bermakna 50% variasi minat beli konsumen bisa diterangkan oleh ketiga *variable* tersebut secara bersama-sama. Maka begitu, penguatan ketiga faktor ini secara bersamaan akan memberi dampak yang besar kepada peningkatan minat beli konsumen di Toko Aufa.

## **B. Saran**

Berlandaskan kesimpulan yang telah diungkapkan, peneliti memberi beberapa saran yang dengan harapan bisa memberi manfaat praktis bagi Toko Aufa maupun bagi pengembangan penelitian di masa mendatang, sebagai berikut:

1. Bagi Toko Aufa
  - a. Disarankan agar Toko Aufa kian menambahkan strategi Promosi Digital, baik melalui optimalisasi media sosial, pemanfaatan platform marketplace, maupun pengembangan konten yang menarik dan interaktif.
  - b. Toko Aufa perlu *Service Quality* untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, agar pengalaman berbelanja menjadi lebih baik dan mendukung loyalitas pelanggan.
  - c. Toko Aufa perlu terus membangun dan menjaga *Trust* (kepercayaan) konsumen, dengan cara menjaga kejujuran dalam penyampaian informasi produk, memberi pelayanan yang amanah, serta memastikan keamanan dan kenyamanan dalam setiap transaksi.

## 2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan makin cermat dalam memanfaatkan promosi digital dan memperhatikan aspek kepercayaan saat melaksanakan transaksi, khususnya dalam era digital yang penuh dengan berbagai bentuk informasi.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Studi ini dengan harapan bisa menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa mendatang.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin memengaruhi minat beli konsumen, seperti harga, persepsi kualitas produk, atau pengalaman konsumen, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.
- c. Selain itu, cakupan penelitian juga dapat diperluas ke berbagai jenis usaha lain, baik di pasar tradisional maupun di toko online modern, agar hasil studi menjadi lebih general.