

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Islamic Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko *Online* Di Kota Pekanbaru, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), manusia (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*), janji (*promise*), dan sabar (*patience*), secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko *Online* di Kota Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa setiap variabel dalam bauran pemasaran islam berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian secara online. Seorang konsumen yang melakukan pembelian secara online akan lebih teliti terhadap setiap informasi-informasi yang diberikan oleh marketer online, hal itu dilakukan oleh konsumen online untuk menghindari penipuan-penipuan yang sering terjadi pada pembelian online.
2. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), manusia (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*), janji (*promise*), dan sabar (*patience*), berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Ketika seorang marketer meningkatkan strategi bauran pemasaran islam dalam melakukan kegiatan pemasaran online maka keputusan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen untuk melakukan pembelian secara online pada suatu toko pun semakin meningkat, dan sebaliknya ketika terjadi penurunan pada salah satu strategi bauran pemasaran islam oleh marketer dalam melakukan kegiatan pemasaran online maka keputusan konsumen untuk melakukan pembelian secara online pada suatu toko pun semakin menurun.

3. Variabel yang paling berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko online di kota pekanbaru adalah produk Dalam melakukan pembelian secara online, hal pertama yang dilihat konsumen adalah produk yang ditawarkan oleh marketer. Konsumen akan melihat seberapa bagus kualitas produk, merek produk, tampilan produk, dan jaminan akan produk yang diberikan oleh toko online.

B. Saran

1. Bagi Pelaku Bisnis Online Pekanbaru
 - a. Bagi pelaku bisnis pada Toko Online agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada toko online dengan tujuan supaya penjualan meningkat setiap waktu.
 - b. Kejujuran dan kepercayaan antara penjual dan pembeli harus lebih ditingkatkan agar terhindar dari unsur penipuan (gharar) yang tidak diinginkan yang menyebabkan kemafsadatannya lebih banyak dari pada kemaslahatannya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Diharapkan melakukan kegiatan pemasaran yang sesuai tuntutan ekonomi islam guna meningkatkan pembelian konsumen sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini sepuluh variabel. Oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan Keputusan Pembelian Konsumen, misalnya variabel kebudayaan, faktor sosial, situasi ekonomi, gaya hidup, maupun faktor psikologis. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen selain *Islamic Marketing Mix*.
 - b. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 150 orang dari empat Toko Online. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan, sehingga akan mendekati gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya.
 - c. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya menggunakan jenis lokasi yang berbeda dan penambahan indikator secara Islami dari berbagai sumber.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.