

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil analisis diatas, hipotesis penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Syariah strategi marketing yang diterapkan Purnama Store tidak memberikan pengaruh terhadap volume penjualan baju di Purnama Store.
2. Syariah strategi marketing yang diterapkan oleh Purnama Store memberikan pengaruh terhadap *customer satisfaction*.
3. *Customer Satisfaction* membuat pengaruh terhadap volume penjualan baju di Purnama Store.
4. Syariah strategi marketing akan mempengaruhi volume penjualan baju di Purnama Store dengan *intervening* dari *customer satisfaction*.

#### B. Saran-Saran

Dari hasil penelitian dan evaluasi, adapun usul/saran yang bisa diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Purnama Store harus selalu mengutamakan dan memaksimalkan kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumenlah yang menentukan grafik naik dan turunnya volume penjualan baju. Dengan tidak menghilangkan penerapan syariah marketing yang sudah biasa diterapkan disana karena beberapan persen pengaruh kepuasan konsumen selain dari kualitas bahan harga dan promosi juga dari penerapan syariah marketing yang dimana akan membuat nyaman para konsumen sehingga ingin selalu melakukan pembelian di Purnama Store.

2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan sampel atau jenis sektor umkm yang berbeda dari penelitian ini supaya bisa dipergunakan untuk perumpamaan serta membuat berbagai rangkaian penelitian ini dengan menambah variable lain disebabkan adanya beberapa sebab dan bentuk variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan volume penjualan. Sehingga mendapatkan inovasi baru serta tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan.

