

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan beberapa kesimpulan mengenai implikasi strategi *endorsement* terhadap minat beli konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Penerapan strategi *endorsement* pada *Zoya store* cabang Kediri begitu terus dikembangkan oleh *zoya store* kediri dengan mengadakan berbagai macam kegiatan seperti halnya *hijab clinic* maupun pendekatan terhadap masyarakat guna memperkenalkan produk *zoya* kepada masyarakat. Dan penyampaian pesan atau informasi mengenai produk *Zoya store* dan pemilihan *endorser* yang memiliki karakteristik dan keunikan dalam diri seorang *endorser* sehingga mampu menarik minat beli konsumen.
- b. Minat beli konsumen di *Zoya Store* semakin bertambah dengan adanya seorang *endorser* Bella dan Igun ymerupakan selbriti yang dikenal oleh masyarakat. Meskipun masyarakat (konsumen) yang datang untuk membeli dari berbagai daerah yang berada di Wilayah Kediri, dikarenakan animo masyarakat terhadap produk *Zoya* dipengaruhi oleh *endorser* dan beberapa faktor yang melekat pada diri diri konsumen sehingga menjadai acuan konsumen terhadap minat belinya pada produk *Zoya Store* Cabang Kediri.

Dengan adanya keempat karakteristik yang ada dalam marketing syariah, *Zoya Store* cabang Kediri sudah memenuhi keempat karakteristik syariah marketing tersebut. Yaitu *teitis, etis, realistik, humanistik*, sehingga perusahaan dapat menarik minat beli konsumen agar lebih banyak lagi dan diharapkan perusahaan mampu meningkatkan keempat karakteristik marketing syariah dalam dunia bisnisnya.

- c. Dampak dari strategi *endorsement* terhadap minat beli konsumen pada *zoya store* memiliki daya tarik terhadap konsumen sehingga setiap konsumen yang datang semakin bertambah bukan hanya member saja melainkan konsumen baru yang datang untuk membeli produk *zoya*. Dengan beberapa faktor dan karakteristik yang melekat dalam diri seorang *endorser*, sesuai dengan apa yang ada dalam marketing syariah dan menjadi acuan minat beli konsumen pada produk *Zoya Store*.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, penulis ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat digunakan sebagai masukan:

- a. Bagi perusahaan
 1. Dengan diketahui faktor yang mempengaruhi pada minat beli konsumen dalam membeli produk pada *Zoya Store*, pengusaha

lebih memperhatikan lagi dalam pemasarannya. Sehingga perusahaan terus dapat bersaing dengan usaha lainnya.

2. Sering-sering mengadakan acara atau kegiatan hijab *clinic* pada masyarakat, agar *Zoya Store* dapat diketahui oleh masyarakat luas bukan hanya masyarakat kota saja. Melainkan seluruh pelosok yang ada di suatu daerah.
 3. Terus mengembangkan ukwahnya dalam setiap iven yang diadakan baik itu melalui busana muslim maupun hijab, agar masyarakat yang belum berhijab mau untuk memakai hijab.
- b. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menggali lebih dalam lagi mengenai bentuk strategi *endorsement* maupun hal yang menyangkut *endorser* yang nantinya akan mendalami penelitian pada peneliti selanjutnya.