

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel komunikasi pemasaran (X_1) kualitas produk (M) dan minat beli (Y) melalui hasil analisis data dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon yaitu, hal ini menunjukkan pada mahasiswa tidak adanya pengaruh tersebut pada komunikasi pemasaran dikarenakan lebih lemah suatu komunikasi dengan tingkat minat beli produk yang lebih rendah pada suatu pemasaran produk yang ada di shopee.
2. Hasil penelitian komunikasi pemasaran (X_1) terhadap kualitas produk (M) tidak dapat pengaruh pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon,
Hal ini menunjukkan pada mahasiswa bahwa komunikasi pemasaran terhadap kualitas produk tersebut adanya keraguan terhadap informasi suatu produk dalam pembelian barang pada shopee. Selain itu, faktor yang menyebabkan tidak berpengaruhnya kualitas produk dikarenakan tidak mampu untuk meningkatkan suatu komunikasi pemasaran. Namun suatu komunikasi pemasaran bisa meningkat adalah karena adanya kualitas produk yang baik.
3. Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (M) memiliki pengaruh terhadap minat beli (Y) pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Berdasarkan hasil penelitian, suatu produk bisa menjadikan minat beli karena adanya kualitas yang baik, ketahanan, dan kemasan yang cukup baik.
4. Hasil penelitian diatas menunjukkan variabel komunikasi pemasaran (X_1) terhadap minat beli (Y) melalui kualitas produk (M) sebagai variabel mediasi pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon terdapat pengaruh yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi sangatlah penting bagi mahasiswa yang akan membeli produk tersebut. Adanya suatu minat beli terhadap barang pada shopee karena kualitas yang baik, maka

disimpulkan adanya suatu komunikasi pemasaran dan minat beli adalah bisa dilihat dari deskripsi produk yang ada pada shopee.

A. Saran

Dalam hasil penelitian tersebut, maka peneliti memberikan saran:

1. Hal pertama yang harus diperhatikan sebelum melakukan minat beli secara online adalah kualitas produk. Kualitas produk dapat dinilai melalui berbagai aspek, seperti kemasan, rasa, batas waktu, dan kenadalan dan ketahanan produk beli pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Keinginan untuk membeli sesuatu harus diimbangi dengan pelayanan yang baik; pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kebutuhan untuk membeli barang lagi dan lagi. Kepercayaan satu sama lain tidak dapat dihilangkan atau diragukan, karena dengan kualitas pelanggan dapat membuat keputusan yang tertarik untuk membeli sesuatu beli pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

