

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji parsial yang dilakukan, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Cashback* ( $X$ ) terhadap Minat beli konsumen ( $Y$ ) dengan nilai  $t$  hitung sebesar  $3,857 > 1,655$  dan dengan taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, itu berarti dengan adanya *Cashback* tersebut sangat mempengaruhi minat beli konsumen di kedai kopiloer
2. Dengan hasil yang signifikan terhadap hasil penelitian pengaruh *Cashback* terhadap Minat beli konsumen, maka dapat dikatakan bahwa dalam Perspektif Ekonomi Syariah pemberian *Cashback* merupakan salah satu trik marketing yang dapat mempengaruhi minat beli namun tidak melanggar aturan Islam dalam penerapan dan penggunaannya, karena dasarnya Ekonomi syariah memiliki tujuan untuk tolong menolong dalam kebaikan serta memberikan manfaat atau mashlahah dan keuntungan pada semua masyarakat. Dalam perspektif Islam penggunaan cashback sebagai tujuan promosi untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk atau menu yang ditawarkan di Kedai Kopiloer diperbolehkan karena tidak mengandung unsur riba dan termasuk dalam khiyar ghabn.

## 5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan saran bahwa *cashback* berpengaruh terhadap minat beli konsumen terutama yang menggunakan *shoopepay*, sehingga pihak yang berkepentingan dalam mensosialisasikan *shoopepay* haruslah merata, sehingga program ekonomi syariah ini berjalan sebagaimana yang diharapkan ditambahkan lagi dengan giatnya memanfaatkan promosi sebagai sarana sosialisasi kepada konsumen akan meningkatkan minat beli konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti tentang pengaruh *cashback* terhadap terhadap minat beli konsumen melalui *shoopepay*. Secara teoritis tentunya masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

3. Bagi Kedai KopiLoer

Agar lebih meningkatkan kepuasan konsumen untuk menambah beberapa produk dari financial teknologi seperti Qris, Gopay, dll yang akan menambah minat beli konsumen .Melihatnya meningkatnya minat beli konsumen dan tentunya menambahnya jumlah tingkat konsumen maka kedai kopi loer perlu untuk menambah cabang baru atau ekspansi ke luar kota palembang agar kopi loer lebih dikenal banyak orang dan tentunya lebih banyak menambah jumlah konsumen.