BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di bab sebelumnya mengenai segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi perilaku terhadap volume penjualan produk busana muslim di Toko Busana Muslim Ummi Collection Nganjuk, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Dari hasil penelitian mengenai pengaruh segmentasi geografis terhadap volume penjualan bahwa segmentasi geografis secara parsial memiliki hubungan positif, dan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi *Collection*.
2. Hasil penelitian mengenai pengaruh segmentasi demografis terhadap volume penjualan bahwa segmentasi demografis secara parsial memiliki hubungan positif, dan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi *Collection.*
3. Dari hasil penelitian mengenai pengaruh segmentasi psikografis terhadap volume penjualan bahwa segmentasi psikografis secara parsial memiliki hubungan positif, dan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi *Collection.*

4. Dari hasil penelitian mengenai pengaruh segmentasi perilaku terhadap volume penjualan bahwa segmentasi perilaku secara parsial memiliki hubungan positif, dan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi *Collection*.
5. Secara bersama-sama atau simultan segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, segmentasi perilaku berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk busana muslim pada Toko Ummi C*ollection* Nganjuk

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk lembaga diharapkan agar produk yang dipasarkan dapat menjangkau segmenpasar berupa segmen geografis, segmen demografis, segmen psikografis, dan segmen perilaku yang lebih baik sehingga dapat memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan.
2. Sedagkan untuk Akademik penelitian ini dapat dijadikan tambah wawasan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan segmentasi pasar khususnya mengenai pengaruh strategi segmentasi pasar terhadap volume penjualan produk busana muslim.

3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan segmentasi pasar khususnya mengenai pengaruh strategi segmentasi pasar terhadap volume penjualan produk busana muslim dalam perspektif ekonomi islam, sehingga nantinya dapat melakukan pengkajian lebih mendalam dengan cara mengkaji pengaruh lain selain yang ada di dalam penelitian ini.