

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga, Fasilitas dan *Word of mouth*, maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil temuan mengenai pengaruh harga terhadap keputusan konsumen menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Oleh karena itu, apabila harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat dan harapan konsumen, maka akan terjadi keputusan pembelian.
2. Hasil temuan mengenai pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini berarti jika fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasa tersebut tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.
3. Hasil temuan mengenai pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan konsumen menunjukkan bahwa *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini berarti jika

mereka memperoleh nilai dari suatu produk atau jasa mereka akan melakukan kegiatan komunikasi dari mulut ke mulut dan merekomendasikan kepada orang lain sehingga memicu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

4. Secara bersama-sama harga, fasilitas dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini maka penulis menyarankan:

1. Bagi Kos Perumahan Taman Indah *Regency 1* Plosokandang

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka untuk keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada Perumahan Taman Indah *Regency 1* Plosokandang perlu mempertahankan atau bahkan meningkatkan variabel-variabel pemasaran yang sudah dinilai baik. Variabel Harga sangat mempengaruhi keputusan konsumen oleh karena itu Kos Perumahan Taman Indah *Regency 1* dengan menawarkan harga yang cukup bersaing dengan lainnya yang sesuai dengan keadaan kos, Selain itu pemilik Kos Perumahan Taman Indah *Regency 1* Plosokandang tanggap secara cepat terhadap berbagai kerusakan fasilitas yang ada. Karena hal itu konsumen tentu melakukan kegiatan informasi dari mulut ke mulut tentang apa saja yang didapatkan selama menjadi penghuni Kos Perumahan Taman Indah *Regency 1* Plosokandang.

## 2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan tambahan wawasan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan strategi harga, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan konsumen. Selain itu untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung, dan juga memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan mengenai bentuk-bentuk promosi dalam manajemen pemasaran khususnya dalam strategi yang dilakukan oleh perusahaan mengenai harga, fasilitas dan *word of mouth* sebagai upaya meningkatkan keputusan konsumen.

## 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini tentu saja masih mengalami banyak sekali kekurangan, karena adanya keterbatasan dari peneliti, sehingga peneliti selanjutnya diharapkan agar menggunakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk lebih memperluas wawasan.