

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh harga dan promosi terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'i Boutique.

Maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. (H₁) menyatakan pengaruh harga terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'i Boutique. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Sehingga harga sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk menarik dan meningkatkan jumlah pembelian konsumen pada Tabita Syar'i Boutique.
2. (H₂) menyatakan pengaruh promosi terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'i Boutique. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Diperlukan adanya stimulus yang dapat mendorong minat konsumen untuk berbelanja di toko Tabita Syar'i Boutique, seperti dengan adanya promosi diberbagai media.
3. (H₃) menyatakan pengaruh harga dan promosi terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'i Boutique. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen.

B. Saran

1. Bagi Tabita Syar'I Boutique

Dari hasil analisis dan perkembangan yang telah diuraikan, maka untuk menarik dan meningkatkan jumlah pembelian konsumen, hal yang dilakukan terkait dengan harga dan promosi terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'I Boutique :

- a) Kepada perusahaan yang bersangkutan yakni Tabita Syar'I Boutique hendaknya memperhatikan lebih cermat dan teliti dalam menetapkan harga pokok produksi, karena ketetapan harga memaksimalkan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.
- b) Pada Tabita Syar'I Boutique untuk memperhatikan alat promosi lainnya selain promosi melalui media sosial yaitu seperti mengadakan acara khusus, sehingga dapat lebih dikenal banyak masyarakat.
- c) Maraknya produk pakaian dapat mengalihkan perhatian konsumen sehingga memungkinkan akan beralih ke produk tersebut. Untuk itu diperlukan adanya suatu pelayanan dan strategi yang baik untuk menarik konsumen sehingga konsumen akan merasa yakin dan akan terdorong untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang dibutuhkan serta dapat menambah informasi dan pengetahuan

yang berkaitan dengan pengaruh harga dan promosi terhadap perilaku konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam meningkatkan perilaku konsumen di Tabita Syar'i boutique tidak hanya menggunakan harga dan promosi saja. Tentunya masih banyak faktor – faktor lain yang mempengaruhi. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan faktor – faktor lain yang belum dipakai dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar dapat berkembang.