

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di bab sebelumnya mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pisang *nugget* mana *banana* pada konsumen pisang *nugget* mana *banana* Tulungagung, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil pengujian harga memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pisang *nugget* pada konsumen pisang *nugget* mana *banana* Tulungagung.
2. Hasil pengujian kualitas produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pisang *nugget* pada konsumen pisang *nugget* mana *banana* Tulungagung.
3. Hasil pengujian lokasi memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pisang *nugget* pada konsumen pisang *nugget* mana *banana* Tulungagung.
4. Hasil pengujian harga, kualitas produk dan lokasi secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pisang *nugget* pada konsumen pisang *nugget* mana *banana* Tulungagung.

## B. Saran

### 1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan pemasaran suatu produk. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

### 2. Bagi Perusahaan

Dari hasil pembahasan yang telah peneliti uraikan, maka untuk meningkatkan strategi pemasaran, *Outlet* mana *banana* Kepatihan Tulungagung hendaknya memaksimalkan program yang telah ada. Selain itu juga dapat menerapkan strategi baru seperti memasarkan produk melalui media, agar produk yang dimiliki perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat luas.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran suatu produk. Peneliti menghimbau untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan dan juga kekurangan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.