BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk NASA secara online pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk krim, pasta gigi dan *hand body lotion* NASA di IAIN Tulungagung. Artinya apabila semakin tinggi kualitas produk dalam perilaku konsumen maka akan semakin tinggi keputusan pembelian. Dan sebaliknya jika semakin rendah kualitas produk dalam perilaku konsumen semakin rendah keputusan pembelian. Karena kualitas suatu produk mempengaruhi perilaku pembelian.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk krim, pasta gigi dan *hand body lotion* NASA di IAIN Tulungagung. Artinya harga merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam menilai dan menentukan pilihan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan.
3. Tempat atau lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk NASA yaitu krim, pasta gigi dan *hand body lotion* di IAIN Tulungagung. Artinya lokasi merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan sebuah pemasaran dimana jika

sebuah lokasi mudah dijangkau maka setiap konsumen akan lebih mudah dalam melakukan transaksi jual beli.

4. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk krim, pasta gigi dan *hand body lotion* NASA di IAIN Tulungagung. Artinya apabila semakin tinggi tingkat promosi maka akan semakin tinggi keputusan pembelian. Karena konsumen mengatahui pertama kali produk yaitu dari sebuah promosi. Semakin baik promosi untuk menarik minat seseorang maka perilaku konsumen akan juga semakin meningkat.
5. Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk krim, pasta gigi dan *hand body lotion* NASA di IAIN Tulungagung. Hal ini berarti bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk NASA di IAIN Tulungagung. Dan juga dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap keputusan pembelian produk krim, pasta gigi dan *hand body lotion* NASA.

B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini maka peneliti mmberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Penjual *Online Shop*

   Untuk meningkatkan penjualan sebaiknya pihak penjual produk NASA lebih memperhatikan kualitas produk dan memprioritaskan kepuasan konsumen dalam penggunaan produk NASA dengan kehandalan produk yang ditawarkan, sehingga menimbulkan rasa tertarik untuk melakukan pembelian secara spontan dengan cara mengupload gambar disosial media seperti Facebook dan Instagram.

2. Bagi Akademik

   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 susuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Dari hasil 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 dari variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, harga, tempat dan promosi 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.