BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga, strategi promosi dan lokasi strategis terhadap keputusan pembelian Kecap Rahayu di Kecamatan Talun Kabupaten Blitar, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut :

1. Hasil temuan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketika kualitas produk yang diberikan oleh Kecap Rahayu sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan senang untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu, produk yang memiliki kualitas yang bagus akan secara otomatis berpengaruh positif terhadap keputusan seorang konsumen dalam membeli sebuah produk. Dalam penelitian ini, kualitas menjadi kunci utama dari sebuah penjualan sebuah produk dan terhadap keputusan pembelian pada home industri produk kecap rahayu
2. Hasil temuan mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena faktor non harga memang masih menjadi pertimbangan utama dalam pembelian. faktor harga menjadi kurang menentukan ketika seseorang sudah

sangat nyaman dengan sebuah merek. Dari hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan jika harga bukanlah sebuah pedoman dasar seseorang untuk memutuskan sebuah pembelian. Namun, kepuasan terhadap suatu produk atau pandangan seseorang terhadap kualitas produk dapat menjadi salah satu alasan pembelian.

3. Hasil temuan mengenai pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa strategi promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, menunjukkan jika strategi promosi meskipun memberikan pengaruh, namun tetap dipengaruhi oleh kualitas produksi. Karena strategi promosi yang baik, terletak pada kualitas produk tersebut. Sehingga kualitas produk yang baik secara langsung menjadi strategi promosi yang baik pula.
4. Hasil temuan mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, menunjukkan jika lokasi yang strategis memberikan pengaruh, namun tetap dipengaruhi daya dukung yaitu kualitas produksi.
5. Hasil pengujian Kualitas Produk, Harga Strategi Promosi dan Lokasi Strategis secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Home Industri Kecap Rahayu di Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar. Namun, jika ditelaah secara mendalam dari 4 variabel yang menempati posisi sebagai variabel

bebas dalam penelitian ini, mulai dari kualitas produk, harga, hingga strategi promosi. Kualitas produk masih menjadi, kunci utama dari sebuah kestabilan produk dalam menjaga kualitas untuk tetap bisa masuk ke dalam peta persaingan dengan produk-produk yang sejenis maupun berbeda yang bisa saja berfungsi sama.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini maka penulis menyarankan:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian bahwa home industry Kecap Rahayu dapat berupaya mempertahankan produknya karena sudah banyak digemari oleh masyarakat dari ciri khas rasanya kemudian lebih bijak dalam memilih bahan yang baik dan murah untuk dijadikan bahan baku kecap, sehingga dapat menekan harga jual produk kecap Rahayu. Home Industri Kecap Rahayu juga dapat berupaya meningkatkan penjualannya dengan memberikan promosi-promosi seperti memberikan bonus-bonus bagi konsumen dalam pembelian tertentu karena hal tersebut secara efektif dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk. Selain hal tersebut Home Industri Kecap Rahayu juga dapat meningkatkan pelayanannya dari segi pendistribusiannya agar konsumen mudah mendapatkan produk kecap Rahayu dengan cepat ketika membutuhkannya.

2. 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 sesungguhnya.

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 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**.**