

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa faktor-faktor motivasi konsumen yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk di Toko Al-Barokah Panjerejo Tulungagung yaitu terdiri dari eksistensi, keterkaitan, dan pertumbuhan. Dari ketiga faktor tersebut yang lebih unggul adalah faktor eksistensi, karena eksistensi atau keberadaan suatu perusahaan merupakan hal mutlak yang dapat menimbulkan timbal balik yang sangat besar antar konsumen maupun perusahaan itu sendiri.
2. Bahwa faktor-faktor loyalitas konsumen yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk di Toko Al-Barokah Panjerejo Tulungagung yaitu terdiri dari pembelian, kebiasaan mengonsumsi, rasa suka, ketetapan pada merek, keyakinan pada merek, dan rekomendasi merek pada orang lain. Dari ke enam faktor tersebut yang paling unggul adalah rasa suka, karena seorang konsumen yang memiliki persepsi yang baik terhadap produk di perusahaan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan mampu memenuhi kebutuhannya bahkan lebih dari yang diharapkan.
3. Bahwa faktor motivasi menjadi faktor yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk di Toko Al-Barokah Panjerejo Tulungagung. Motivasi sangat berpengaruh bagi seseorang,

karena motivasi mampu mendorong seseorang untuk mendorong dan melakukan sesuatu untuk memenuhi sebuah hasrat atau keinginannya.

B. Saran

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk pemenuhan tugas skripsi serta pendalaman materi tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk dan menambah jumlah buku koleksi mengenai teori-teori motivasi dan loyalitas konsumen.

2. Bagi Lembaga Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif untuk memahami karakteristik konsumen pada perusahaan yang diteliti, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih baik guna meningkatkan pangsa pasar yang sesuai dengan *trend* saat ini, dengan indikator-indikator yang telah dianalisa maka membentuk faktor-faktor yang dapat dijadikan referensi untuk membuat kebijakan bagi perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian yang sejenis yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen, di mana untuk peneliti selanjutnya dapat menambah perspektif syariah di dalamnya yang menjadi kelemahan dalam penelitian ini.