

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait dengan pengaruh harga, kualitas produk, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di UD. Satrio Manah, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Dari peneltian di atas diketahui bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. Satrio Manah. Maka dapat di simpulkan, bahwa harga merupakan salah satu faktor yang dapat dijadikan pertimbangan dalam membeli produk *fashion* berupa batik di UD. Satrio Manah.

Hal ini terjadi dikarenakan banyak dari pembeli tertarik membeli dari segi harga yang terjangkau, kesesuaian harga dengan nilai barang, harga yang sesuai dengan yang ada dipasaran, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk itu sendiri.

2. Dari penelitian di atas kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. Satrio Manah. Maka dapat di simpulkan, kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat dijadikan pertimbangan dalam membeli produk *fashion* berupa batik di UD. Satrio Manah.

Banyak dari pembeli di UD. Satrio Manah puas atas kualitas yang ditawarkan seperti ketahanan bahan yang digunakan dalam mengolah

produk, hasil jadi yang rapi, dan berfungsi dengan baik nan apik ketika digunakan.

3. Dari penelitian di atas, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. Satrio Manah. Maka dapat disimpulkan, promosi merupakan salah satu faktor yang dapat dijadikan pertimbangan dalam membeli produk *fashion* berupa batik di UD. Satrio Manah.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh UD. Satrio Manah mampu menarik perhatian pembeli dan mudah mencari tahu informasi lebih tentang produk-produk yang diberikan oleh produsen. Hal ini membuat banyak pembeli memutuskan untuk membeli produk-produk yang ditawarkan.

4. Dari penelitian di atas diketahui bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. Satrio Manah. Hal ini bisa terjadi dikarenakan lokasi perusahaan yang jauh dari pusat perbelanjaan ataupun keramaian (perkotaan). Letak perusahaan masuk ke dalam pemukiman warga sehingga sulit untuk diketahui. Di sisi lain, lingkungan perusahaan juga tidak banyak dilalui orang. Pada akhirnya mempengaruhi para pembeli untuk enggan berkunjung maupun membeli produk di perusahaan.

5. Dari penelitian di atas diketahui harga, kualitas produk, promosi dan lokasi bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. Satrio Manah. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk memiliki kontribusi terbesar.

## Saran

Bedasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran agar nantinya dapat digunakan oleh perusahaan, peneliti, dan membantu penelitian yang lain.

### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah wawasan dan memperkaya khasanah keilmuan di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Di sisi lain, diharapkan dapat dijadikan referensi tambahan terhadap kajian ilmu di bidang ekonomi, manajemen pemasaran, terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya jurusan Ekonomi Syariah.

### 2. Secara Praktis

#### a. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan saranan untuk pengambilan kebijakan dalam rangka memperbaiki setiap kekurangan yang mungkin terjadi selama pengelolaan usaha.

#### b. Bagi Akademik

Hasil penelitaian ini diharapkan mampu digunakan sebagai perbendaharaan di perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

#### c. Bagi Penelitian Selanjutya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian yang sama dengan lokasi maupun

variabel yang berbeda. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas dan menambah variabel penelitian lainnya yang mempunyai pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian.