

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh strategi pemasaran, penetapan harga, dan etika bisnis Islam terhadap keputusan pembelian konsumen mebel kayu di Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mebel kayu di desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo. Hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif, artinya para pengrajin mebel di Desa sudah menerapkan strategi pemasaran dengan tepat sehingga banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian.
2. Penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mebel kayu di desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo. Hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif, artinya penetapan harga yang dilakukan oleh pengrajin mebel sudah sesuai dan tepat sehingga banyak konsumen melakukan keputusan pembelian.
3. Etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mebel kayu di desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo. Hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif, artinya semakin sering para pengrajin mebel menerapkan etika bisnis islam

dalam kegiatan bisnisnya maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

4. Strategi pemasaran, penetapan harga, dan etika bisnis Islam secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel kayu di Desa Mulyosari. Hasil penelitian menunjukkan nilai positif, yang artinya apabila para pengrajin mebel kayu secara bersama-sama meningkatkan strategi pemasaran, penetapan harga, dan etika bisnis Islam maka secara otomatis juga akan meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen mebel kayu. Begitu pula sebaliknya, apabila para pengrajin mebel secara bersama-sama menurunkan strategi pemasaran, penetapan harga, dan etika bisnis Islam maka secara otomatis juga akan menurunkan tingkat keputusan pembelian konsumen mebel kayu.

B. Saran

1. Bagi Para Pengrajin/Pengusaha Mebel Kayu Di Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo

Produk yang dihasilkan oleh setiap pengrajin tentunya memiliki perbedaannya tersendiri, serta kelebihan-kelebihan dan kekurangannya masing-masing yang menjadikannya sebagai ciri khas dari produk yang dihasilkan. Strategi pemasaran, penetapan harga, serta etika bisnis islam yang diterapkan sudah cukup baik, namun alangkah lebih baiknya hal-hal tersebut untuk selalu diperhatikan serta

dievaluasi agar usaha yang dijalankan semakin berkembang kedepannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian yang telah peneliti/penulis lakukan, sehingga dapat memberikan perbedaan dalam penelitian dan diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih baik dan lengkap lagi.

3. Bagi Akademisi

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat dan bisa digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan strategi pemasaran, penetapan harga, etika bisnis islam dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Bagi pihak akademisi, tentunya penelitian ini masih memiliki banyak sekali kekurangan dan keterbatasan dalam hal kajian teori, penelitian terdahulu, serta hasilnya.