

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung.
3. Kualitas Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung.
4. Lokasi, kualitas produk, dan kualitas harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung.

B. Saran

1. Bagi Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung.

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dijadikan masukan atau bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan bagi Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung untuk meningkatkan minat pembeli

untuk membeli pelet ikan di Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung. Khususnya lebih memperhatikan lokasi, mempertahankan kualitas produk dan kualitas harga dimata masyarakat khususnya para pembeli Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung.

2. Bagi Akademis

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang dibutuhkan serta dapat menambah informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh lokasi, kualitas produk dan kualitas harga terhadap minat beli konsumen. Selain itu juga dapat dijadikan rujukan khususnya jurusan Manajemen Bisnis Syariah dan tambahan pustaka di perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Dan untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya mengadakan pengembangan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya karena masih banyak faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.