

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh promosi dan kebijakan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan. Karena Promosi yang dilakukan Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan kurang bervariasi sehingga sulit dijangkau oleh khalayak umum. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi bukan menjadi faktor utama konsumen berbelanja di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan.
2. Berdasarkan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan. Karena harga yang ditawarkan lebih murah dan terjangkau beserta kualitas produk yang ditawarkan pun baik. Hal ini mengindikasikan bahwa harga menjadi salah satu faktor utama konsumen berbelanja di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan.
3. Berdasarkan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan promosi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan. Karena produk yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga banyak konsumen yang memutuskan untuk melakukan pembelian dan pembelian ulang (*repeat order*) di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Akademik

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa bermanfaat dan dijadikan referensi bagi pembaca khususnya bagi jurusan Ekonomi Syariah. Selain itu, dapat menambah sumbangsih bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Tulungagung terkait Pengaruh Promosi dan Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

2. Bagi Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terkait pentingnya promosi dan kebijakan harga terhadap minat pembelian konsumen. Beserta memberikan sebuah motivasi dan pengarahan bagaimana cara untuk menarik minat konsumen melalui promosi dan kebijakan harga pada Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan.
- b. Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa promosi yang digunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

konsumen. Sehingga, diharapkan Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan menambah media promosi yang bervariasi supaya produk yang pasarkan dapat menarik minat konsumen.

3. Bagi Peneliti Kemudian

- a. Diharapkan bisa dijadikan acuan atau referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait penelitian yang diteliti yaitu Pengaruh Promosi dan Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- b. Diharapkan bisa menambah variabel lain yang belum dijelsakan dalam penelitian ini. Seperti, kualitas pelayanan, lokasi, kualitas produk dan lain sebagainya. Selain itu juga diharapkan bisa memperluas populasi dan sampel dalam penelitian.