

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Karakteristik produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Toko E-bike Sidoarjo. Hal tersebut berarti semakin beragam karakteristik produk yang diberikan maka semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk memiliki barang itu. Begitu juga sebaliknya semakin sedikit barang yang dijual, maka semakin sedikit pula keinginan konsumen untuk memiliki barang tersebut.
2. Harga yang ditetapkan oleh Toko E-bike Sidoarjo berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen ditengah pandemi *Covid-19*, hal ini dapat dilihat dari penetapan harga yang baik yang sesuai dengan harga pasar.
3. Promosi berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen ditengah pandemi *Covid-19*, hal ini dapat dilihat dari berbagai jenis kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toko E-bike baik melalui media sosial maupun mulut ke mulut.

4. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen ditengah pandemi *Covid-19* pada Toko E-bike Sidoarjo, hal ini dapat dilihat dari letak Toko E-bike Sidoarjo yang sangat strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.
5. Karakteristik produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen ditengah pandemi *Covid-19* pada Toko E-bike Sidoarjo.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, peneliti memberikan beberapa saran yang memiliki manfaat terhadap beberapa pihak yang terkait dalam penelitian ini. Saran-saran yang disampaikan antara lain yakni :

### **1. Pemilik Toko E-bike Sidoarjo**

Saran bagi lembaga yang diteliti yakni Toko E-bike Sidoarjo, hendaknya Toko E-bike Sidoarjo mempertahankan bahkan meningkatkan berbagai jenis produk dan kegiatan promosinya agar bisa menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian secara berulang, serta bagi pemilik diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan penjualan atau keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

## 2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dapat digunakan sebagai dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain dari buku dan jurnal yang sudah ada.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti yang akan datang diharapkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai masalah ini secara lebih mendalam. Karena dalam penelitian ini tentu saja masih mengalami kekurangan baik penulisan maupun teori yang dijelaskan, sehingga peneliti selanjutnya perlu mengembangkannya dengan teori yang mendukung.