

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda yang diolah dengan SPSS 16.0 mengenai “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pakan Ternak Sapi Perah Berkah Lestari Pagerwojo Tulungagung)” yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian harga memberikan pengaruh signifikan negatif terhadap keputusan pembelian produk pakan ternak di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Tulungagung. Artinya bahwa dalam suatu produk harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen ketika membeli suatu barang atau jasa, Dalam penelitian ini hubungan antara harga dan keputusan pembelian berpengaruh negatif yang berarti arah hubungan yang berbanding terbalik. Sehingga semakin tinggi harga yang diberikan semakin menurun tingkat keputusan pembelian. Sebaliknya semakin rendah harga yang diberikan semakin meningkat keputusan pembelian.
2. Hasil dari pengujian kualitas produk memberikan pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk pakan ternak di Berkah

Lestari Kecamatan Pagerwojo Tulungagung. Artinya kualitas produk-produk di Berkah Lestari sudah sesuai dengan kebutuhan hewan ternak para konsumen Berkah Lestari. Dalam penelitian ini arah hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu memiliki hubungan yang searah. Sehingga semakin baik kualitas produk yang diberikan semakin meningkat keputusan pembelian konsumen. Begitu juga sebaliknya semakin buruk kualitas produk yang diberikan semakin menurun tingkat keputusan pembelian.

3. Hasil dari pengujian promosi memberikan pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk pakan ternak di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Tulungagung. Artinya promosi yang sudah dilakukan oleh Berkah Lestari dapat mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen di Berkah Lestari. Dalam penelitian ini arah hubungan promosi terhadap keputusan pembelian yaitu memiliki hubungan yang searah. Sehingga semakin baik promosi yang dilakukan semakin meningkat keputusan pembelian konsumen. Begitu juga sebaliknya semakin buruk promosi yang dilakukan semakin menurun tingkat keputusan pembelian.
4. Hasil dari pengujian variabel harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk pakan ternak di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Tulungagung. Artinya ketiga variabel bebas tersebut memiliki peran dalam keputusan pembelian konsumen. Para konsumen dalam

melakukan pembelian produk pakan ternak di Berkah Lestari sudah mempertimbangkan ketiga variabel bebas tersebut yaitu konsumen telah mempertimbangkan harga dan kualitas produk yang dihasilkan oleh Berkah Lestari serta konsumen juga tertarik terhadap promosi yang dilakukan oleh Berkah Lestari.

B. Saran

1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca. Serta diharapkan dapat menambah referensi terutama bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya jurusan Ekonomi Syariah dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan juga pembahasan yang telah diuraikan diatas, peneliti menyarankan agar Berkah Lestari memperhatikan variabel-variabel dari pemasaran yang diterapkan, supaya tidak kalah saing dengan penjual lainnya. Diharapkan Berkah Lestari mampu menjaga dan meningkatkan variabel-variabel pemasaran yang sudah dinilai baik serta selalu menjaga kualitas produk agar selalu menjadi pilihan para konsumen.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan juga variatif supaya dapat mengetahui lebih jelas faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Diharapkan juga untuk penelitian selanjutnya agar lebih memperbanyak teori supaya dapat menjelaskan kajian teori secara lengkap. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya.