

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga, lokasi, word of mouth dan status sosial terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi syariah IAIN Tulungagung. Apabila harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat dan sesuai dengan harapan konsumen, maka akan terjadi keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Apabila fasilitas yang diberikan oleh pemilik kos memadai dan membuat konsumen merasa nyaman dalam penggunaan jasa tersebut, maka akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada

mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Apabila lokasi rumah kos strategis dengan jarak tempuh yang efisien maka akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Jika konsumen memperoleh nilai dari produk atau jasa, konsumen akan melakukan kegiatan komunikasi dari mulut ke mulut dan merekomendasikan kepada orang lain sehingga memicu konsumen melakukan keputusan pembelian.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa seorang mahasiswa yang berasal dari ekonomi menengah kebawah atau menengah keatas melakukan pengambilan keputusan sesuai dengan status sosial mereka.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan harga, fasilitas, lokasi, *word of mouth* dan status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas peneliti akan memberikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang akan disampaikan adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Pemilik Kos**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengambilan kebijakan dalam bidang strategi pemasaran rumah kos. Diharapkan pemilik rumah kos mampu menjaga dan meningkatkan kualitas harga dan fasilitas yang sesuai dengan keinginan konsumen agar konsumen tetap merasa puas dan merasa nyaman yang selanjutnya melakukan kegiatan dari mulut ke mulut untuk merekomendasikan kepada calon konsumen baru. Serta bagi calon pengusaha rumah kos yang baru agar memperhatikan mengenai harga, fasilitas dan pemilihan lokasi yang strategis agar mampu bersaing dengan rumah kos yang lainnya.

### **2. Bagi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan perilaku konsumen. Selain itu untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung serta memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan mengenai bentuk-bentuk

promosi dalam manajemen pemasaran khususnya dalam strategi yang dilakukan oleh perusahaan mengenai harga, fasilitas, lokasi, *word of mouth* dan status sosial sebagai upaya meningkatkan pengambilan keputusan pembelian konsumen.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih mengalami banyak sekali kekurangan karena adanya keterbatasan dari peneliti sehingga peneliti selanjutnya diharapkan agar menggunakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk lebih memperluas wawasan.