

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan data, temuan penelitian, analisis data hingga hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga, kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian madu di CV. Cakra Surya Nusantara Kediri, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial dan regresi, kualitas produk berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara.
2. Secara parsial dan regresi, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara.
3. Secara parsial dan regresi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara.
4. Secara parsial dan regresi, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara.
5. Secara simultan atau bersama-sama kualitas produk, harga, kepercayaan dan promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi keilmuan ataupun wawasan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk seperti faktor kualitas produk, harga, kepercayaan serta promosi. Terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah.

2. Bagi Pemerintah dan Pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu memberikan informasi yang berkaitan dengan perekonomian serta dapat meningkatkan kualitas pengusaha agar dapat bersaing di dunia marketing.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.