

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh *Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, People, dan Process* terhadap Keputusan Pembelian pada *Showroom Rizki Mobil Tulungagung*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan produk yang dijual di *showroom Rizki Mobil Tulungagung* memiliki kualitas yang baik, merek yang bervariasi dengan fitur yang lengkap serta *service* garansi yang dapat dipertanggungjawabkan oleh pihak *showroom* sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk di *showroom Rizki Mobil Tulungagung*.
2. *Price* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan harga produk yang dijual di *showroom Rizki Mobil Tulungagung* sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Jadi konsumen berpendapat bahwa produk dengan harga yang tinggi akan memiliki kualitas yang baik. Harga di *showroom* ini juga lebih murah daripada harga di *showroom* lainnya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk di *showroom Rizki Mobil Tulungagung*.

3. *Place* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan lokasi *showroom* Rizki Mobil Tulungagung strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Lingkungan sekitar *showroom* pun juga bersih dan nyaman sehingga dapat menarik minat konsumen untuk datang dan membeli produk di *showroom* Rizki Mobil Tulungagung.
4. *Promotion* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan oleh *showroom* Rizki Mobil Tulungagung menarik. Berbagai tawaran harga murah dengan produk yang berkualitas dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk di *showroom* tersebut.
5. *Physical evidence* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan *physical evidence* atau bukti fisik tidak terlalu penting bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Namun apabila *physical evidence* pada *showroom* Rizki Mobil ditingkatkan, maka akan menambah daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk di *showroom* Rizki Mobil Tulungagung.
6. *People* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan karyawan yang ada di *showroom* Rizki Mobil Tulungagung memiliki kecakapan dalam menjelaskan suatu produk yang ditawarkan sehingga mudah dipahami oleh konsumen. Sikap serta perilaku karyawan *showroom* Rizki Mobil Tulungagung sangat baik dan sopan dalam melayani konsumen sehingga konsumen merasa puas dan

pada akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian di *showroom* Rizki Mobil Tulungagung.

7. *Process* memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan proses bukan faktor utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen lebih mempertimbangkan faktor lainnya seperti harga dan kualitas produknya.
8. *Product, price, place, promotion, physical evidence, people* dan *process* secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan *product, price, place, promotion, physical evidence, people* dan *process* saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Jadi apabila *product, price, place, promotion, physical evidence, people* dan *process* tersebut dapat diterapkan dengan baik maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai *product, price, place, promotion, physical evidence, people*, dan *process* terhadap keputusan pembelian,

bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Ekonomi Syari'ah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi *showroom* Rizki Mobil Tulungagung

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai sumbangan saran, pemikiran, informasi serta bahan masukan untuk strategi pemasaran yang lebih baik lagi khususnya pada aspek bukti fisik atau fasilitas pendukung yang diterapkan oleh perusahaan agar dapat menarik konsumen atau pembeli untuk membeli produk di *showroom* tersebut.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang sebagai bahan acuan dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah berbagai indikator-indikator pada masing-masing bauran pemasaran sehingga dapat mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen.