

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah produk, harga dan pelayanan memiliki pengaruh yang terhadap keputusan pembelian konsumen Handphone Xiaomi pada Konter Ijo Trenggalek dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 94 responden.

1. Hasil dari pengujian Statistik F menunjukkan bahwa variabel produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Handphone Xiaomi pada Konter Ijo Trenggalek.
2. Hasil dari pengujian Statistik t menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial) bahwa produk (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian pada Konter Ijo Trenggalek. Sedangkan variabel harga (X_2) dan pelayanan (X_3) berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konter Ijo Trenggalek.
3. Berdasarkan pengujian koefisien Determinasi (R^2) diketahui bahwa R^2 sebesar 0,802 berarti hubungan antara produk, harga, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian 80,2%. Hal ini berarti hubungannya cukup erat. Nilai *Adjusted R Square* = 0,629 berarti 62,9 % keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel variabel memahami produk, harga, dan

pelayanan sedangkan sisanya 37,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini .

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan maka saran yang diberikan adalah :

1. Konter Ijo Trenggalek dituntut untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen, agar konsumen akan terus melakukann pembelian pada Konter Ijo Trenggalek Peningkatan pelayanan yang dapat ditingkatkan dengan kesopanan, keramahan, kesabaran, dan kecekatan dalam melayani konsumen. Produk yang ditawarkan oleh Konter Ijo Trenggalek selama ini sudah cukup bervariasi. Namun akan lebih baik apabila Konter Ijo Trenggalek menjelaskan lebih terperinci lagi setiap produk yang mereka tawarkan, agar konsumen dapat memahami secara lebih baik seluruh produk yang Konter Ijo Trenggalek tawarkan, dan tertarik untuk melakukan pembelian.

Variabel produk merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konter Ijo Trenggalek. Konter Ijo Trenggalek harus terus mempertahankan produk yang bervariasi dengan manfaat yang mereka berikan kepada para konsumen. Namun ada baiknya pula Konter Ijo Trenggalek memberikan penawaran-penawaran dengan harga yang menarik. Agar para konsumen terus melakukan pembelian Konter Ijo Trenggalek.

2. Bagi IAIN TULUNGAGUNG, dari penelitian ini dapat dijadikan

tambahan wawasan keilmuan dibidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan strategi positioning terhadap keputusan pembelian. Selain itu untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulugagung dan juga memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan mengenai manajemen pemasaran khususnya dalam strategi yang dilakukan oleh perusahaan mengenai strategi positioning sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar dapat menambahkan variabel independen dengan melihat faktor-faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan dapat menambahkan variabel lainnya seperti *financial benefit*, *social benefit* dan ekuitas merek sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik lagi.