BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian Wingko Putra Agung Babat maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam Berdasarkan hasil uji T untuk variabel harga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian di Wingko Putra Agung. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik strategi harga yang dilakukan Wingko Putra Agung, maka semakin besar keputusan pembelian di Wingko Putra Agung.
2. Berdasarkan uji T untuk variabel kualitas produk menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian di Wingko Putra Agung. Hal ini membuktikan bahwa semakin berkualitas produk yang ditawarkan oleh Wingko Putra Agung, maka semakin besar keputusan pembelian di Wingko Putra Agung Babat.

3. Dalam Berdasarkan hasil uji T untuk variabel lokasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan keputusan pembelian di Wingko Putra Agung. Hal ini membuktikan bahwa semakin baiknya lokasi Wingko Putra Agung, maka akan semakin besar keputusan pembelian di Wingko Putra Agung Babat.
4. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2), dan lokasi (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Wingko Putra Agung Babat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Wingko Putra Agung

   Untuk meningkatkan keputusan pembelian, hendaknya pihak Wingko Putra Agung harus lebih mengptimalkan lagi lokasi yang sudah ada saat ini yang sangat strategis, hanya saja Wingko Putra Agung perlu mendekorasi atau merenovasi bangunan, tata ruang dan juga penataan produk yang dijual, meningkatkan kualitas produk yang dijual, serta tetap mempertahankan harga yang terjangkau, bersaing, dan mengadakan

promo *discount* pada waktu tertentu agar lebih menarik konsumen untuk berbelanja di Wingko Putra Agung Babat.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan tambahan wawasan keilmuwan di bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Selain itu dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya pada jurusan Ekonomi Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk,dan lokasi terhadap keputusan pembelian ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu untuk peneliti selanjutya diharapkan lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambah sampel, obyek penelitian yang berbeda, serta beberapa variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.