BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Tempat terhadap Keputusan Konsumen berbelanja Busana Muslim (Studi pada Toko Indofashion Aziziah Tulungagung), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap keputusan konsumen berbelanja busana muslim pada toko Indofashion Aziziah. Yang artinya berpengaruh negatif yang berarti arah hubungan yang berbanding terbalik antara harga dengan keputusan berbelanja. Setiap kenaikan harga, maka akan menurunkan keputusan pembelian.
2. Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja busana muslim pada toko Indofashion Aziziah. Yang artinya apabila barang yang memiliki kualitas bagus maka konsumen akan segera bergegas untuk membeli suatu produk tersebut.
3. Tempat mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja busana muslim pada toko Indofashion Aziziah. Artinya bahwa semakin strategis lokasi usaha maka akan semakin baik pula perkembangan usaha tersebut dan meningkatkan keinginan konsumen untuk mengambil keputusan berbelanja. Jadi, lokasi merupakan faktor

yang penting untuk mempengaruhi keputusan konsumen berbelanja busana muslim.

4. Harga, Kualitas Produk dan Tempat secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja busana muslim pada toko Indofashion Aziziah. Yang artinya keputusan konsumen berbelanja busana muslim dipengaruhi oleh harga yang terjangkau, dan juga kualitas produk yang sudah baik. Kemudian didukung oleh lokasi yang strategis yang mampu menarik perhatian sesorang untuk melakukan tindakan pembelian.

B. Saran

Pada akhir peneliti ini, peneliti bermaksud untuk mengajukan saran yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya. Saran yang diajukan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi toko Indofashion Aziziah Tulungagung
   a. Perusahaan harus mempertahankan harga yang sudah dimiliki dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang berkualitas bagus.
   b. Dalam hal kualitas produk, Aziziah Tulungagung diharapkan dapat mengavaluasi kembali terhadap strategi produk yang diterapkan. Misalnya dengan meng-update produk yang sesuai dengan tren saat ini, variasi produk yang lebih banyak lagi, seperti atasan, bawahan dan busana muslim untuk wanita dan pria. Sehingga hal tersebut dapat

menarik dan mempertahankan konsumen unruk sekaku memutuskan berbelanja di Toko Aziziah Tulungagung.

c. Tempat yang di pilih Toko Aziziah dapat memberikan pengaruh bagi konsumen untuk melakukan keputusan berbelanja. Hal ini terlibat bahwa konsumen dapat dengan mudah masuk dan keluar dari toko Aziziah. Lokasinya yang berdekatan dengan berbagai tempat usaha dan memiliki area parkir yang berdekatan dengan toko serta mudahnya diakses oleh transportasi umum karena letaknya dipinggir jalan merupakan daya tarik bagi konsumen untuk memutuskan pembelian. Oleh karena itu, pihak Aziziah harus selalu menjaga kemanan disekitar lokasi agar konsumen merasa nyaman dan aman ketika melakukan pembelian.

2. 2. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan keilmuan di bidang ekonomi Syariah yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Serta bermanfaat untuk sumbangan teori dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk menambah wawasan yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya dan tidak hanya menggunakan variabel harga, kualitas produk, dan tempat saja. Tentunya masih banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan

faktor-faktor lain yang belum dipakai dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, dan tempat terhadap keputusan konsumen. Peneliti juga merekomendasikan angket (kuesioner) digunakan untuk peneliti selanjutnya.