

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data penelitian responden terhadap keputusan pembelian ditinjau dari produk, harga, promosi dan tempat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel produk mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Produk sesuai kebutuhan, kondisi produk sesuai kenyataan, produk halal dan produk yang bervariasi, dapat mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian produk.
2. Variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga produk murah, harga sesuai kemampuan, harga sesuai kualitas tidak menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan pembelian produk.
3. Variabel promosi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Tingkat daya tarik iklan/promosi, diskon/hadiah, dan tidak adanya unsur kebohongan dalam promosi, dapat menarik konsumen dalam melakukan pembelian produk.
4. Variabel tempat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Tempat tidak menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Sehingga keputusan pembelian akan negatif atau tidak dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk.
5. Variabel produk, harga, promosi dan tempat secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Swalayan Setia Tambaharjo Pati.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan baik dari sisi referensi dan sumber acuan yang digunakan oleh peneliti. Penelitian yang dikaji dari beberapa teori dan telaah pustaka mampu memberikan pemahaman secara terperinci sehingga mudah dipahami oleh generasi selanjutnya.

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya menguji pengaruh produk, harga, promosi, dan tempat, padahal masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, terbukti dari nilai *adjusted R square* hanya sebesar 15,7% jadi masih ada sebesar 84,3% yang dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

2. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 96 responden, sehingga untuk menganalisis masih kurang maksimal.
3. Data yang dianalisis dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang berdasarkan pada persepsi jawaban responden. Persepsi saat ini dapat berbeda dilain waktu.
4. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga penelitian ini kurang maksimal .

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

Penelitian ini, membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari produk dan promosi, sedangkan harga dan tempat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di swalayan setia Tambaharjo. Maka,

1. Manajemen sangat dibutuhkan untuk memberi perhatian secara khusus dan memaksimalkan produk dan promosi, yang telah terbukti berdasarkan penelitian ini mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka tingkat penjualan dapat ditingkatkan.
2. Dalam penelitian ini hanya mengukur keputusan pembelian dari aspek produk, harga, promosi dan tempat. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti lain untuk lebih meningkatkan penelitiannya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian serta menambahkan teori-teori baru yang lebih baik.
3. Berdasarkan koefisien determinasi antara produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian di swalayan setia Tambaharjo sebesar 15,7%, dan sisanya 84,3% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian di swalayan setia Tambaharjo, maka dari itu saran bagi peneliti selanjutnya agar dilakukan penelitian lanjutan dengan membahas lingkup yang lebih luas.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 96, disarankan bagi peneliti selanjutnya, untuk menambah jumlah sampel agar dapat menganalisis lebih maksimal.

D. Penutup

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidyah serta inayahnya dari awal pengerjaan skripsi hingga saat ini penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “**Pengaruh Bauran**

Pemasaran Syariah terhadap Keputusan Pembelian". Harapan peneliti semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri pribadi dan pembaca pada umumnya. Peneliti membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. sebagai penutup peneliti mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan selama penulisan skripsi ini. Akhir kata, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT semata dan kekurangan adalah milih hamba-Nya.

