

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis pada penelitian ini mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Kaffah Muslim Store Pati, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Kaffah Muslim Store, ini dibuktikan dengan adanya uji statistik koefisien regresi yang menghasilkan nilai sebesar 0,138 dan secara parsial diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,137 > 1,988$) dengan nilai signifikan $0,035 > 0,05$, artinya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Kaffah Muslim Store. Dari hasil data dapat diambil keputusan bahwa promosi yang menarik akan mendorong konsumen untuk membeli produk/jasa di toko Kaffah Muslim Store.
2. Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Kaffah Muslim Store, ini dibuktikan dengan adanya uji statistik koefisien regresi yang menghasilkan nilai sebesar 0,374 dan secara parsial diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,877 > 1,988$) dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$, artinya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Kaffah Muslim Store. Dari hasil data dapat diambil keputusan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan volume penjualan dan menciptakan citra positif di benak konsumen pada toko Kaffah Muslim Store.
3. Harga (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Kaffah Muslim Store, ini dibuktikan dengan adanya uji statistik koefisien regresi yang menghasilkan nilai sebesar 0,257 dan secara parsial diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,857 > 1,988$) dengan nilai signifikan $0,007 > 0,05$, artinya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Kaffah Muslim Store. Dari hasil data dapat diambil keputusan bahwa harga merupakan hal yang sangat sensitif bagi konsumen.

B. Keterbatasan Penelitian

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan kekurangan pada penelitian ini. Keterbatasan yang

terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan refrensi tentang penelitian atau riset sebelumnya, sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan baik dari segi hasil penelitiannya maupun analisisnya.
2. Kurangnya indikator-indikator dalam penelitian ini.
3. Keterbatasan mengenai pemilihan variabel yang diteliti seperti yang disebutkan dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka ada beberapa saran yang bisa penulis berikan untuk dijadikan bahan pertimbangan peneliti selanjutnya diantaranya yaitu:

1. Kiranya pihak manajemen dapat lebih meningkatkan lagi promosinya yang dapat lebih menjangkau agar menarik minat konsumen untuk membeli.
2. Diharapkan untuk kedepannya toko Kaffah Muslim Store Pati lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dalam melayani konsumen dan memperhatikan apa yang dibutuhkan konsumen.
3. Hendaknya toko Kaffah Muslim Store selalu memperhatikan harga yang ditetapkannya agar dapat selalu diterima dan sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen.
4. Untuk peneliti selanjutnya supaya bisa menambah variabel yang lain. Sebab variabel yang digunakan dalam penelitian ini mungkin hanya sebagian dari variabel-variabel yang ada.

D. Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam semoga selalu tetap tercurahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan, kesalahan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang bersifat membangun penulis harapkan demi perbaikan untuk penelitian yang akan datang.

Sebagai akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri maupun bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis dimasa-masa yang akan datang. *Aaamiin Yaa Robbal 'Alamiin.*