

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Riset ini dimaksudkan guna mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda dalam perspektif Islam studi kasus pada santri pondok pesantren Al-Mustaqim di Jepara. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 65 responden. Secara umum, berdasarkan hasil riset dan analisis data yang telah dijalankan didapatkan ringkasan berikut:

1. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda oleh santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim. Ini berarti bahwa kualitas produk menjadi pengaruh yang penting dalam menentukan pembelian Sarung Batik Mahda. Dengan demikian adanya peningkatan kualitas produk Sarung Batik Mahda sangat dipertimbangkan oleh santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim dalam memutuskan pembelian Sarung Batik Mahda.
2. Variabel harga (X2) secara negatif berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda oleh santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim. Ini berarti bahwa harga menjadi pengaruh yang penting dalam menentukan pembelian Sarung Batik Mahda. Semakin tinggi harga yang ditawarkan akan menurunkan keputusan pembelian Sarung Batik Mahda. Hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan Sarung Batik Mahda masih dianggap relatif mahal oleh santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim. Dengan demikian adanya peningkatan harga Sarung Batik Mahda akan semakin menurunkan tingkat keputusan pembelian Sarung Batik Mahda oleh santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim.
3. Variabel gaya hidup (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda oleh santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim. Ini berarti bahwa gaya hidup menjadi pengaruh yang penting dalam menentukan pembelian Sarung Batik Mahda. Dengan demikian adanya peningkatan gaya hidup dari santriwati

pondok pesantren Al-Mustaqim akan meningkatkan keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

4. Variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan gaya hidup (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda dengan nilai koefisien *Adjusted R square* sebesar 0,806 (80,6%) sedangkan sisanya sebanyak 19,4% dipaparkan oleh variabel lain yang tidak ditelaah dalam riset ini.

B. Saran

Beracuan dari hasil riset yang telah dikemukakan, maka masukan yang dapat peneliti sampaikan ialah:

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan hendaknya senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas dan menetapkan harga yang selaras dengan kualitas produk tersebut serta senantiasa berkreasi dan berinovasi demi mengembangkan produk yang lebih baik lagi sesuai dengan segmentasi dan *targeting* konsumen dari pemasaran Sarung Batik Mahda.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang mengusung topik serupa diharapkan agar melakukan penelitian yang lebih lanjut terhadap variabel lainnya seperti *brand image*, *word of mouth*, referensi kelompok kecil dan lain sebagainya yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Meskipun dalam penelitian ini peneliti telah mengupayakan hasil yang semaksimal mungkin, akan tetapi peneliti menyadari masih banyak keterbatasan dan kekurangan pada penelitian ini. Maka dari itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat melengkapi kekurangan yang ada serta mengembangkan penelitian selanjutnya sehingga penelitian yang diperoleh lebih bermanfaat dengan hasil data yang optimal.