

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Simpulan

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada budidaya ikan lele di Desa Muneng. Dari rumusan masalah sebelumnya, maka analisis data dan pembahasan yang telah digunakan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan lele di Desa Muneng.
2. Berdasarkan analisis secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan lele di Desa Muneng.
3. Berdasarkan analisis secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan lele di Desa Muneng.
4. Berdasarkan analisis secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan lele di Desa Muneng.

5. Berdasarkan analisis secara simultan (uji-f) menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan lele di Desa Muneng.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka dapat diberikan saran yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian pada Budidaya Ikan Lele di Desa Muneng. Berikut beberapa saran yang dapat diberikan bagi Budidaya Ikan Lele di Desa Muneng maupun penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Bagi budidaya ikan lele di Desa Muneng

Dari hasil kesimpulan penelitian tersebut, maka peneliti memberi saran terutama mengenai empat faktor yang harus dipertimbangkan antara lain, kualitas produk, harga, tempat, dan promosi, karena keempat faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pertama ada produk atau kualitas produk pada budidaya ikan lele di Desa Muneng diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk yang lebih baik mulai dari ukuran, kebersihan, dan kesegaran. Selain itu, budidaya ikan lele sudah memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan agar pembeli tidak kecewa karena sebagian besar pembeli sering membandingkan kualitas produk yang didapat dengan jumlah uang yang dikeluarkan sehingga ini perlu dipertahankan. Selanjutnya ada tempat, pada tempat budidaya ikan lele ini sudah memiliki tempat yang sangat strategis dan lahan yang luas, sehingga

pembeli dapat mengakses dan parkir dengan mudah. Dan yang terakhir yaitu promosi, budidaya ikan lele sudah memberikan promosi yang baik kepada calon pembeli untuk melakukan keputusan pembelian, karena promosi ini dilakukan melalui *mouth to mouth* dan media sosial.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Variabel kualitas produk, harga, tempat, promosi, dan keputusan pembelian tidak hanya dapat digunakan pada budidaya ikan lele, tetapi juga bisa digunakan untuk meneliti toko, rumah makan, *caffé*, *barbershop*, dan industri kerajinan. Berdasarkan dari penelitian ini masih ada pengaruh dari variabel lain diluar variable yang peneliti ambil yaitu sebesar 78,9%. Hal ini dapat menjadikan bahan pertimbangan hasil yang telah dicapai pada saat ini, sehingga peneliti selanjutnya dapat mengambil variabel diluar variabel yang sudah digunakan dalam penelitian ini.