

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Izzul Sport Kota Kediri.

Hasil penelitian membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Izzul Sport, dengan hubungan yang bersifat linear. Temuan ini sesuai dengan teori pemasaran modern yang menempatkan harga sebagai faktor kunci dalam pengambilan keputusan konsumen. Perspektif Ibnu Taimiyah memperkaya analisis ini dengan menekankan pentingnya prinsip keadilan dan transparansi dalam penetapan harga, dimana harga harus mencerminkan nilai produk yang sebenarnya tanpa merugikan salah satu pihak.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Olahraga Izzul Sport Kota Kediri.

Promosi terbukti memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan harga dalam memengaruhi keputusan pembelian. Hasil analisis statistik menunjukkan korelasi yang sangat signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian, yang sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller tentang peran promosi dalam membangun awareness dan mendorong aksi beli. Efektivitas berbagai bentuk promosi seperti diskon, iklan, dan

program loyalitas menjadi kunci dalam meningkatkan minat beli konsumen.

3. Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Peralatan Olahraga Toko Izzul Sport Kota Kediri.

Analisis regresi berganda mengungkapkan bahwa meskipun kedua variabel berpengaruh signifikan, promosi memiliki dampak yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian dibandingkan harga. Temuan ini memberikan insight penting bagi manajemen Toko Izzul Sport untuk lebih memfokuskan sumber dayanya pada pengembangan strategi promosi yang kreatif dan efektif, sambil tetap mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Toko Izzul Sport sebaiknya mempertahankan strategi harga fleksibel dengan rentang yang luas (Rp 20.000–Rp 1.500.000) sambil memantau harga kompetitor agar tetap kompetitif. Promosi perlu ditingkatkan melalui konten interaktif di media sosial Instagram dan TikTok, program loyalitas, dan kolaborasi dengan atlet atau komunitas olahraga lokal, mengikuti setiap ada event olahraga dengan mendirikan stand atau pameran, agar lebih banyak masyarakat yang mengetahui Toko Izzul Sport Kota Kediri. Selain itu, perusahaan harus fokus pada pengalaman pelanggan, seperti layanan ramah, kemudahan pembayaran, dan survei kepuasan untuk meningkatkan retensi pembeli.

Kombinasi harga menarik dan promosi kreatif akan mendorong keputusan pembelian lebih efektif.

2. Bagi Peneliti selanjutnya.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas variabel penelitian dengan menambahkan faktor seperti lokasi toko, ketersediaan produk, atau pengaruh e-commerce. Peneliti juga dapat menguji metode analisis yang lebih mendalam seperti SEM atau analisis mediasi/moderasi untuk melihat interaksi kompleks antara harga, promosi, dan loyalitas merek. Studi komparatif dengan toko olahraga di kota atau negara lain dapat dilakukan untuk menguji konsistensi temuan. Pendekatan kualitatif melalui wawancara atau FGD dapat membantu memahami motivasi psikologis konsumen secara lebih mendalam. Selain itu, penting untuk mengkaji dampak jangka panjang strategi promosi digital terhadap brand equity Toko Izzul Sport guna memberikan rekomendasi yang lebih komprehensif bagi pelaku bisnis.