

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Antar Toko Pakaian Di Pasar 16 Ilir Palembang Pada Masa Pandemi Covid 19 maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan antar toko pakaian di Pasar 16 Ilir Palembang. Semakin baik variabel kualitas produk yang dilakukan oleh toko pakaian tersebut maka semakin naik tingkat penjualan toko pakaian di pasar 16 Ilir Palembang pada masa pandemi covid 19 dan sebaliknya.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan antar toko pakaian di Pasar 16 Ilir Palembang. Semakin tinggi harga yang ditawarkan toko pakaian tersebut maka akan menurun tingkat penjualannya pada saat pandemi covid 19 begitu pula sebaliknya semakin terjangkau produk yang ditawarkan maka semakin meningkat penjualan pakaian di toko pakaian pasar 16 Ilir Palembang pada masa pandemi covid 19.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan antar toko pakaian di Pasar 16 Ilir Palembang. Semakin bagus cara toko pakaian tersebut mempromosikan toko mereka maka semakin tinggi tingkat penjualan antar toko pakaian di pasar 16 Ilir Palembang pada saat pandemi covid 19 dan sebaliknya.
4. Penjualan pada saat pandemi di beberapa toko pakaian di pasar 16 Ilir Palembang mengalami penurunan yang drastis tidak seperti sebelum pandemi covid 19. Namun, di beberapa toko masih bisa mempertahankan pendapatan penjualannya di toko mereka.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian serta hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi peneliti selanjutnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Pada saat perekonomian yang belum kondusif bagi dunia usaha, tempat - tempat usaha khususnya toko pakaian harus bias mencari solusi agar toko atau tempat usaha masih bisa berjalan dengan baik, setidaknya bisa bertahan dan tidak mengalami kebangkrutan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, melihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini didapat 0,788 yang artinya sebanyak 78,8% faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan adalah kualitas produk, harga dan promosi, dan sisanya 21,2% faktor lain, maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan faktor lain yang mempengaruhi tingkat penjualan di beberapa toko pakaian.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Ayu & Sunrowiyati, Siti. (2016). *Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Genteng UD Super Blitar*. Skripsi. [Versi elektronik]. *Jurnal Penelitian Manajemen terapan (Penataran)*
- Anisah. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Busana Muslim Di Pasar Aceh*. [Versi elektronik]. *Jurnal Ilmu Ekonomi*
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Batubara, Azmiani, & Hidayat, Rahmat. (2016). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada Psa Mihin Lanka Airlines. *Ilman*, (1), 14. Google Scholar
- Bayu, DJ. (03 Maret 2021). Peluang Bangkitnya Industri Tekstil Indonesia Karena Pandemi. *Kata Data*.
<https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/603ef83ddb23f/peluang-bangkitnya-industri-tekstil-indonesia-karena-pandemi>
- Christy, F.E. (15 September 2020). Orang Indonesia Lebih Suka Belanja Pakaian. *Tempo*. <https://data.tempo.co/data/953/orang-indonesia-lebih-suka-belanja-pakaian>
- Doloksaribu, Sartika & Wibowo E.A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan JIG Di PT Mitra Global Bersama*. Skripsi. [versi elektronik]. *Jurnal Ilmu Ekonomi*
- Faithono, Ahmad. (2017). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. [Versi Elektronik]. *Jurnal Ekonomi Syariah*
- Faricha, Nalalia. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Penjualan Pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus*. Skripsi [Versi Elektronik]. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*

- Ferliany, Anissha. (2021). *Analisis Pengaruh Struktur Activa, Pertumbuhan, Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam LQ 45 Periode 2017-2019*. Skripsi, tidak diterbitkan, Universitas Nasional, Jakarta
- Fu'adayati, Iin Farah. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pakaian Thrifting Di Toko Thriftshop Sidoarjo*. Skripsi [Versi Elektronik]. *Jurnal Ekonomi Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah*
- Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Indonesia. (2020). *Data COVID-19 Global dan Indonesia*. <https://covid19.go.id/>
- Imaningsih, E.S & Rohman,S. (2018). *The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decision*. Skripsi [Versi Elektronik]. *Jurnal Ekonomi universitas Mercu Buana*
- Kumalasari, N.R. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Di Toko Ismart Dan Indomaret Ponorogo*. Skripsi.[Versi elektronik]. *Jurnal Ekonomi Syariah*
- Khotimah, Khusnul, & Irawati, Cita. (2019). Penerapan Sistem Informasi Bisnis Pada Strategi Bauran Pemasaran Produk Dan Promosi Terhadap Pengaruh Tingkat PenjualanKuliner Seafood Lamongan Cak Tur. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 18(3), 249–258. Google Scholar
- Lokadata. Pertumbuhan produksi pakaian jadi, 2011-2019. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pertumbuhan-produksi-pakaian-jadi-2011-2019-1557312893>
- Miayasari.I.R. (2019). *Strategi Pemasaran Toko Baju Di Kota Palangka Raya (Studi Komparatif Toko Baju Serba Harga Murah Palangka Raya Dan Toko Baju Murah Semua 50 Ribu Palangka Raya)*. Skripsi. [Versi elektronik]. *Jurnal Ekonomi Islam*
- Pratama, Reza. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Deepublish
- Priansa, Donni Junni . (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabet

Sidik, F.M. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. Skripsi. [Versi elektronik]. *Jurnal Ekonomi Syari'ah*

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Shiendeqi.R.G. (2021). *Pengaruh Kemasan, Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie SedaapDi Indomaret Panjer Denpasar Selatan*. Skripsi, tidak diterbitkan, Universitas Nasional, Jakarta

Roesbani, Wasia & Roesmini Soerjaatmadja, *Pakaian Pengetahuan*, Jakarta: Balai Pustaka, 1984, hal 1

