

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap Volume penjualan sepeda motor Suzuki di Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo dan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi bahwa harga berpengaruh positif secara parsial terhadap volume penjualan, Dengan kata lain bahwa indikator harga yang semakin baik akan mempercepat peningkatan volume penjualan.
2. Berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh bahwa besaran pengaruh harga terhadap volume penjualan adalah sebesar 0,561 atau 56,1%, sementara sisanya 0,439 atau 43,9% berupa kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti personal selling atau variabel publisitas yang merupakan bauran dari promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya harus mempertahankan harga yang ditawarkan dipasar, karena suatu produk yang berkualitas dan harga yang diberikan merupakan daya tarik konsumen dalam pembelian motor Suzuki.
2. Bagi mahasiswa yang ingin meneliti ulang tentang volume penjualan konsumen, hendaknya harus meneliti faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dimana yang sudah diuraikan pada pembahasan sebelumnya dengan tidak plagiat hasil dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, 2007, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.
Bandung: alfabeta
- Deby hariono alam, 2012. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pupuk* pada PT. Pupuk kaltim wilayah propinsi gorontalo.
Skripsi. Universitas negeri gorontalo.
- Guiltinan, Joseph P dan Paul Gordon W, 1994. *Strategi dan program manajemen pemasaran Edisi ke 2*. Erlangga. Jakarta
- Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan ketiga. Bandung. Alafabeta.
- Kotler philip, 2005, “ *Manajemen Pemasaran* edisi 11”. Jakarta : PT Indeks
Kelompok Gramedia
- Kotler philip dan kevin lane keller, 2008. “*Manajemen Pemasaran Edisi Ke13*”. Erlangga. Jakarta
- Kristanto, 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional sebuah Pendekatan Strategi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Marpaung Vinka Adriana, 2010. *Pengaruh Harga Pokok Produksi dan Harga Jual CPO dan PKO Terhadap Volume Penjualan Pada PTPN IV (Persero) Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- McCarthy E. Jerome dan Perreault William D, 1995. *Intisari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global Edisi ke 6*. Binarupa Aksara.
Jakarta
- Rangkuti Freddy, 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Edisi Pertama*.
Penerbit : gramedia pustaka utama. Jakarta
- Sain

em, 2005. *Analisis Kebijakan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk Pada PT. Pusri Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

Sefya kiyai, 2013. *Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sulaman Karawo di aneka karawo inn collection gorontalo*. Skripsi. Universitas negeri gorontalo

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Swastha basu, 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen Edisi Pertama*, cetakan keempat, penerbit : BPFE.yogyakarta

<http://HakimSimanjutak.blogspot.com/2013/02/pengertian-volume-penjualan.html>

<http://organisasi.org/1970/01/definisi-pengertian-harga-tujuan-metode-pendekatan-penetapan-harga-manajemen-pemasaran.html>