

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa hasil analisis regresi linear sederhana yang bangun adalah  $\hat{Y} = 3,667 + 0,600X$ . Minat Beli Konsumen =  $3,667 + 0,600$  Penetapan Harga . Dan hasil penelitian dalam pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Penetapan harga diperoleh sebesar 10,406, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signfikansi 5% dan derajat bebas  $n-k-1 = 98-1-1 = 96$  sebesar 1,984. Jika kedua nilai t ini dibandingkan maka nilai  $t_{hitung}$  masih lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $10,406 > 1,984$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya signifikan. Nilai pengaruhnya sebesar 53,0%, hal tersebut terlihat dari koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen memiliki hasil yang besar. Sementara sebesar 47,0% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian yakni faktor bauran pemasaran lainnya.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran yakni sebaiknya manajer perusahaan memperhatikan penetapan harga dari produk dari Toko Roberta Gorontalo. Harga yang bersaing tentunya akan mempengaruhi minat beli dari pelanggan. Namun dalam penentuan harga, harus diperhatikan pula beban angkutan dan letak geografis dari Toko. Terkait dengan minat beli konsumen, sebaiknya perusahaan (Toko) untuk terus memberikan atau melakukan langkah kongkrit dalam meningkatkan minat beli yakni dengan harga promosi dan diskon-diskon yang menarik. Dan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti kembali hal-hal terkait dengan minat beli namun dengan penambahan variabel bauran pemasaran lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alioetomo, Rahadian. 2012. *Analisis Pengaruh Keragaman menu, Presepsi Harga dan Lokasi terhadap Minat beli Ulang Konsumen pada Restoran Taman Singosari Semarang.*
- Alma Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Jasa.* Penerbit Alfabeta, Bandung
- Ferdinand Agusty. 2002. *Metode penelitian Manajemen.* Penerbit Universitas Diponegoror. Semarang
- Ghozali, Imam. 2006. *Statistik Nonparametrik.* Penerbit UNDIP. Semarang
- Husain, Umar. 2003. *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,* Jakarta ; PT. Gramedia Pustaka
- Kotler, swee hoon ang, siew meng leong, chin tiong tan. 2000. *Manajemen Pemasaran.* buku 2, Penerbit andi, Yogyakarta.
- Kotler, philip, garry amstrong. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran.* Edisi 9. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, philip dan Keller kevin lane. 2008. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 2. Penerbit Erlangga
- Kotler, philip dan keller kevin lane. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Penerbit Erlangga
- Kumenda, Yolanda, 2013. *Penentuan harga jual dengan metode Cost plus princing pada toko pia ramayana.* Makala diterbitkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- Rahardo, AF. Annafik M. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, harga terhadap Minat beli sepeda motor Yamaha di Yamaha SS Cabang Kedumundu Semarang.*
- Rewoldt, Scott, Warshaw. 2002. *Strategi Harga dalam Pemasaran.* Penerbit PT Rineka Cipta. Jakarta
- Riduwan. 2008. *Dasar-dasar Statistika.* Penerbit Alfabeta. Bandung
- Bambang Riyanto, 2011. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan.* Edisi keempat. Yogyakarta: Penerbit : BPFE.

Rizky, Bachriansyag. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, daya tarik iklan dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk ponsel Nokia*

Sugiyono, 1999. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta

Sugiyono, 2004. *Metode penelitian bisnis*. cetakan ke tujuh, Bandung. Penerbit CV. Alfabeta.

Sugiyono, 2011. *Metode kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta

Sulistiyari, Novirina Ikanita, 2012 : *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat beli Produk Oriflame*, Semarang

Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip-prinsip Dinamika Pemasaran*. Edisi 4 T&J Learning. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi, diana, anastasya.2005. *Total Quality Manajemen*. Penerbit ANDI. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2003. *Marketing Scale*. Penerbit ANDI. Yogyakarta

<https://ratrianicp.wordpress.com/2014/05/20/penetapan-harga-produk/>

<http://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/kualitas-produk.html>