

BAB V

P E N U T U P

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa Harga Jual terletak pada kategori yang baik, namun masih perlu perhatian pada aspek harga yang dimasukan harga angkutan. Pada variabel Permintaan Konsumen terletak pada kategori yang baik, namun juga harus menjadi perhatian pada aspek kebutuhan masyarakat pada Toko All Swalayan Salakan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis (H_0) yang diuji ditolak, dan sebaliknya hipotesis penelitian (H_1) yang diajukan diterima. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} baik pada taraf signifikan α sebesar 5%. Ini mengindikasikan Harga Jual berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Konsumen Toko All Swalayan Salakan. Nilai pengaruhnya sebesar 74,2%, hal tersebut terlihat dari koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh harga jual terhadap permintaan konsumen memiliki hasil yang besar. Sementara sebesar 25,8% 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 sebagai berikut:

1. sebaiknya pihak menejer menentukan angka ideal dalam hal harga jual, termasuk harga jual yang mampu membuat konsumen tertarik namun tidak merugikan Toko All Swalayan Salakan, sebab harga jual memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap permintaan konsumen, nilai pengaruhnya yakni sebesar 74,2%, sementara sisanya sebesar 25,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Sebaiknya pihak manajer melakukan evaluasi terkait dengan proses penentuan harga jual yang hanya dipengaruhi oleh target pencapaian laba, dengan lebih memperhatikan keluhan dan harapan konsumen. Dengan kata lain proses penentuan harga jual haruslah lebih berorientasi pada permintaan konsumen.
3. Untuk para konsumen sebaiknya memberikan masukan atas produk-produk yang sangat dibutuhkan yang tidak tersedia pada Toko All Swalayan.
4. Bagi peneliti selanjutnya meneliti faktor lain terkait dengan permintaan konsumen, seperti faktor promosi, saluran distribusi, tempat didirikannya usaha, dan kualitas dari produk yang dijual, karena dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel harga yang merupakan faktor pertimbangan konsumen yang cukup besar dalam membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari.** 2007, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.
- Angipora Marius.** 2002. Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kedua. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Assuari Sofjan.** 2007, Manajemen Pemasaran “*Dasar, Konsep Dan Strategi*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Erna Andayani.** 2004. *Analisis Pengaruh Konsumen pada Harga dan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Membeli.* www.narotama.ac.id. Diakses Tanggal 1 Maret 2006.
- Ghozali, Imam.** 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Badan. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali Imam.** 2006, Statistik nonparametrik, Semarang: badan penerbit UNDIP
- Hurriyati ratih.** 2005 Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen, Bandung: Alfabeta.
- Hurriyati Ratih.** 2010. “Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen”..Jakarta: Alfabeta CV
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane.** 2009 Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Armstrong Gary.** 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles W.** 2001. Pemasaran Edisi Pertama. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta
- Laksana Fajar.** 2008 Manajemen Pemasaran “*pendekatan praktis*”, Yogyakarta: Graha ilmu.
- Muliyadi.** 2001 Akuntansi Manajemen “*konsep, manfaat dan rekayasa*”, Edisi ketiga, Jakarta: Salemba Empat.

- Mulyadi.** 2009. Akuntansi Biaya, Edisi ke-5 cetakan kesembilan, PenerbitUPP-STIM YKPN, Yogyakarta
- Mursid. M.** 2010 Manajemen Pemasaran, Jakarta : Bumi Aksara
- M. Deka Rizky.** 2009. Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Permintaan Konsumen pada Jasa PT. Pelita Tour And Travel di Pekanbaru
- Narimawati, Umi.** 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media.
- Prasetijo Ristiyanti, Ihalauw John J.O.I.** 2005, Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Andi
- Rahardja Prathama dan Manurung Mandala.** 2004. Teori Ekonomi Mikro "*suatu pengantar*" Edisi ketiga, LP FEUI
- Riduan dan Sunarto.** 2007. Statistik Untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta
- Sefya kiyai.** 2013. pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian sulaman karawo di aneka karawo inn collection gorontalo
- Sugiyono.** 2004. Metode Penelitian Bisnis, Cetakan ketujuh, Bandung: Cv. Alfabetha
- Sugiyono.** 2011. Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabetha
- Sugiyono.** 2013 Metode Penelitian Manajemen "*pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi (mixed methods), penelitian tindakan, dan penelitian evaluasi*, Bandung: Alfabeta, Cv.
- Swastha Basu, Handoko T. Hani.** 2008 Manajemen Pemasaran "*analisis perilaku konsumen*" Edisi Pertama, Cetakan Keempat. Yogyakarta: BPFE
- Swastha DH Basu.** 2002 Azas-azas Marketing, Yogyakarta: Liberty
- Simamora Bilson.** 2001 Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, Fandy.** 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset.Yogyakarta.