

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis statistik yang disusun diterima dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau Harga Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada CV. Aneka Teknik Mandiri Cabang Kota Gorontalo.
2. Instrumen yang digunakan yang berisi pernyataan-pernyataan yang disusun melalui kuisioner mendapatkan tanggapan yang cukup “baik” dari responden/ konsumen, yang menunjukkan bahwa pelaksanaan penetapan harga/ desain harga produk yang dilakukan CV. Aneka Teknik Mandiri Cabang Kota Gorontalo dalam kategori “baik”, namun belum bisa dikatakan sempurna mengingat masih banyak competitor lainnya yang memiliki jenis/ skema harga yang serupa dengan strategi pemasaran yang berbeda.
3. Penetapan harga produk pada CV. Aneka Teknik Mandiri Cabang Kota Gorontalo memiliki pengaruh sebesar 43,2% terhadap Minat beli konsumen. Hal tersebut tidak menjadikan penetapan harga produk CV. Aneka Teknik Mandiri Cabang Kota Gorontalo menjadi

faktor utama tolak ukur konsumen untuk membeli barang, mengingat faktor lainnya yang mempengaruhi minat beli konsumen cukup besar (56,8%) seperti promosi penjualan, fitur dan desain produk, citra merek (*brand image*), strategi saluran distribusi, dan lain sebagainya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar CV. Aneka Teknik Mandiri Cabang Kota Gorontalo serta pihak lainnya yang berkecimpung dalam perusahaan distribusi barang, dapat mempertimbangkan setiap kebijakan yang dilakukan dan pada khususnya penetapan harga produk yang dilakukan dengan memperhatikan strategi pemasaran lainnya sehingga dapat mengenali kebutuhan konsumen atau calon konsumen.
2. Agar penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi mengenai kegiatan promosi yang dilakukan sehingga dapat menjadi acuan perusahaan dalam melakukan analisis kebutuhan konsumen.
3. Agar penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi CV. Aneka Teknik Mandiri Cabang Kota Gorontalo dalam mengambil kebijakan mengenai Strategi penetapan harga yang diberikan sehingga akan berorientasi pada kebutuhan akan minat konsumen

membeli produk yang bermuara pengambilan keputusan konsumen.

4. Faktor-faktor lainnya yang memungkinkan memiliki pengaruh pada penelitian ini seperti promosi penjualan, fitur dan desain produk, citra merek (*brand image*), strategi saluran distribusi, faktor lainnya dapat dijadikan pertimbangan untuk dilaksanakan penelitian yang berfokus pada minat beli konsumen, sehingga perusahaan dapat mengenali kebijakan-kebijakan strategis yang dapat digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen di CV. Aneka Teknik gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 1998. *Prosedur Pendekatan Praktek*. Jakarta : Reneka Cipta
- Arikunto, S .2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Band, William A. 1991. *Creating value for customer : Designing and Implementation a Total Corporate Strategy*, John Walley and Sons Inc, Canada.
- Biki, M Muhsin. 2012. *Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Multi Niaga Cabang Gorontalo*. Skripsi Universitas Negeri Gorontalo.
- Djarwanto. 2000. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia
- Fandy Tjiptono. 2004. *Strategi Pemasaran (Edisi 2)*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa*. Jogjakarta : Bayumedia Publishing.
- Fandy Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, CV. Yogyakarta : Andi Offset
- Gaspersz, Vincent. 1997. *“Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa”*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, 2004. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cap : Yogyakarta.
- Juran, J M. 1989. *Leadership for Quality*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Prenhallindo.

- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid II. PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Andi: Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mowen. 1995. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Karangan Sutisna.
- M. Nur Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, Zeithaml. 1998. "SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*.
- Rambat Lupiyoadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*. PT Salemba Empat. Jakarta.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineke Cipta. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Ketujuh*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2002. *Statistik Dengan SPSS*. Jakarta : Elex Media kompulindo.
- Sari, Novita Melia. 2008. *Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan: Studi Kasus pada Hotel Graha Gresik*. Skripsi Universitas Negeri Gorontalo.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Setiyawati, Antari. 2009. *Studi Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Bangunan Bangun Rejeki Semarang)*. Thesis Sarjana Program Magister Manajemen pada Universitas Di Ponegoro Semarang.
- Sunarto, Riduwan. 2010. *Pengantar Statistika*. Cetakan Ketiga. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Sudirman, Yanti Dewi. 2011. *Pengaruh kualitas layanan terhadap Kepuasan nasabah produk tabungan britama pada PT. Bank rakyat Indonesia (persero) tbk cabang A. Yani makassar*. Skripsi universita Sambratulangi.

Sugiyono.2011. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*". Alfabeta: Bandung.