

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel penetapan harga terhadap Keputusan pembelian di toko swalayan jaya mart Kota Gorontalo. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan telah dilakukan analisis data berikut pembahasannya yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian adalah berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian terhadap hipotesis maka penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam hubungannya dengan variabel penetapan harga, peneliti memberikan saran hendaknya Manajemen Toko swalayan Jaya mart lebih meningkatkan lagi strategi terkait dengan penetapan harga, walaupun kebijakan penetapan harga bukan menjadi salah satu motivasi yang kuat konsumen melakukan pembelian di toko ini, akan tetapi dengan Datangnya pesaing baru dengan konsep harga yang berbeda mengharuskan manajemen toko melakukan evaluasi kebijakan penetapan harga terkait dengan pemberian diskon atau potongan harga yang masih jarang dilakukan sehingga

konsumen berdasarkan hasil penelitian ini kurang tertarik untuk meningkatkan jumlah pembelian.

2. Selain itu Untuk menjaga kesinambungan pembelian maka pihak manajemen Toko swalayan Jaya mart sebaiknya memperhatikan ketersediaan produk demi kebutuhan konsumen dan selalu aktif memperbaharui informasi kebijakan toko ke konsumen seperti periklanan untuk produk, diskon dan sebagainya, agar konsumen dapat dengan langsung mengetahui dan dengan mudah melakukan pertimbangan untuk melakukan pembelian.

Daftar Pustaka

- Alma. Buchari 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta
- Adiwijaya, Michael. 2010. 8 jurus jitu mengelola bisnis ritel ala indonesia. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Adisaputro, Gunawan. 2010. Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran. Yogyakarta : UPP STIM YKPM.
- Arif Rahmat. 2012. Pengaruh Bauran Eceran (*retail mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada carefour palembang squire. Jurnal Manajemen Universitas Binda Darma. Diakses tanggal 03 januari 2016.
- Berita Resmi Statistik No. 65/11/75/Th.IX, 5 November 2015 Indeks Tendensi Konsumen, diunduh tanggal 31 januari 2016
- Berita Resmi Statistik No.64/11/75/Th.IX, 5 November 2015 Pertumbuhan ekonomi, diunduh tanggal 31 januari 2016
- Bayu Nurbiyanto, dkk. 2013. Pengaruh Bauran Ritel (*retailing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian (survei pada konsumen Griya batik Mx mall Malang). Jurna administrasi bisnis Brawijaya. [Vol 2, No 2 \(2013\)](#). Diakses online tanggal 17 januari 2016
- Cravens, David W. 1999. Pemasaran Strategis. Jakarta: Erlangga.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta
- Gitosudarmo, Indriyo. 1999. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Hani, Handoko, 2008. Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- Junita, 2015 Perkembangan Ritel Indonesia, <https://junitahariani.wordpress.com/2015/04/15/perkembangan-ritel-di-indonesia/> diakses tanggal 28 januari 2016
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli. Edisi 9. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2000. Marketing Management. USA: Prentice Hall International Inc.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran, 8th. Erlangga: Jakarta

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*.

Terjemahan oleh Benyamin Molan. Edisi Kedua belas. Jilid 2. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. (2009). Manajemen Pemasaran. Terjemahan Oleh Bob Sabran Edisi ke Tiga belas. Jilid 1 Jakarta : Erlangga

Lamb, Charles W dan Hair, Josep F dan Mc. Daniel, Carl. 2001. Pemasaran. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Meita, dkk. 2014. Pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap keputusan pembelian produk di hypermart ponorogo city center, Fakultas ekonomi, universitas negeri surabaya, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) | Vol 2, No 2, 2014). Diakses online tanggal 03 Januari 2016

M. Taufiq Amir, *dinamika pemasaran*, 2005, penerbit PT. rajagrafindo persada, Jakarta

Ni Made Dhian Rani Yulianti. Dkk. 2014. Pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan pelanggan Dan Niat Beli Ulang pada Circle K di Kota Denpasar. Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.8 No.1, Februari 2014. Diakses tanggal 21 januari 2016-02-10.

NOVA DHITA. 2013. Analisis pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Konsumen Warung steak & shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomika dan bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Diakses tanggal 03 januari 2016

Pricilia Adji dan Hartono. 2013. Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian mahasiswa UK PETRA di Circle K Siwalankerto Surabaya. JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA Vol. 1, No. 2, (2013) 1-10 diakses tanggal 03 Januari 2016.

Popo suryana dan Eliyandi. 2013. Analisis Faktor yang mempengaruhi keputusan Pembelian dan implikasinya pada minat beli ulang. Jurnal Trikonomika volume 12, no 2, desember 2013. Hal 190-200 ISSN 1411-514x. Diakses tanggal 03 Januari 2016

Rony Harsono *et al.* 2013. Analisa Retail Mix terhadap Kepuasan Pelanggan Di toko 39 Semarang, Jurnal Strategi Pemasaran Universitas Petra. Vol 1, No 2 (2013). Diakses tanggal 03 Januari 2016

- Rumagit,R.2013. Bauran Penjualan Eceran (retailin Mix) Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Di jumba swalayan manado. Jurnal EMBA Vol 1. No 4 ISSN 2303-1174. UNSRAT MANADO. Diakses tanggal 20 Februari 2016
- Sarjono,Bambang. 2014 Strategi Penetapan Harga Pada Bisnis Ritel. Jurnal ORBITH Vol 10 No 1. Politeknik Semarang. Diakses tanggal 20 februari 2016
- Setiadi, N.J. (2005). Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. Jakarta: Prenada Media
- Shabastian,Mariza Dan Hatane Samuel. 2013. Pengaruh strategi harga dan strategi produk terhadap brand loyalty di Tator Cafe Surabaya Town Square. Jurnal Pemasaran Vol 1. N0.1 (2013). Universitas Kristen Petra Di akses tanggal 24 februari 2016
- Secapramana,Verina Halim. 2000. Model Dalam Strategi Penetapan harga. Uritas, 9 (1). pp. 30-43. ISSN 0854-3097 diakses tanggal 05 maret 2016
- Sulistiyawan, Fauzan, 2008. *Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Alfamart di Jl. Gajayana Malang*, Skripsi (S1), Manajemen, Fakultas Ekonomi, UIN, Malang. Diakses tanggal 03 Januari 2016
- S Fatimah - Jurnal Forum SOSIAL, 2012 - eprints.unsri.ac.id
MERANCANG STRATEGI DAN PROGRAM PENETAPAN HARGA
- Sunyoto,Danang.2015. Manajemen Bisnis Ritel Teori, praktik, dan kasus ritel. Yogyakarta: CAPS(center for academic publishing services)
- Soliha, Euis. 2008. Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 15(2), h: 1-15.
- Soebagyo Tommy dan Hartono. 2014. Analisa Pengaruh Store Image Terhadap Purchase Intention Di toserba ramai Ngawai. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1.No.2, (2014)1-9. Diakses tanggal 03 januari 2016
- Saviq, 2015, Ini Kaleidoiskop industri ritel tahun 2015
<http://marketeers.com/index.php/article/ini-kaleidoskop-industri-ritel-tahun-2015.html>
, Diakses tanggal 28 januari 2016
- Sulistiawan, Fauzan. (2008). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart di jl. Gajayana Malang. Skripsi tidak diterbitkan

- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Swasta, Basu. 2002. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Bayumedia.
- _____. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- _____. 2005. *Strategi Bisnis*. Andi Offset
- _____. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuda. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. *Jurnal Manajemen*, Volume 01, Nomor 01, September 2012. Diakses tanggal 03 februari 2016
- Zulkifli, 2015. Kebijakan Harga dalam Hubungannya dengan pengambilan keputusan pembelian suatu produk. *Jurnal Adminika* Volume 1. No.1 Januari –Juni 2015 diakses tanggal 03 februari 2016