

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Penetapan harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen. Dengan Nilai koefisien korelasi sebesar 0,631.
2. Bahwa penetapan harga secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Kepuasan konsumen walaupun kecil. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,398 atau 39,8% variabilitas mengenai Kepuasan konsumenditoko Ira Stationary Gorontalo dapat dipengaruhi oleh Penetapan Harga, sedangkan sisanya sebesar 0,602 atau 60,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang diduga seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan:

1. Agar kiranya pihak Toko Ira Stationary Kota Gorontalo dapat kembali merespon tentang pentingnya Penetapan harga dan kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini kiranya perlu mendapat perhatian bagi kalangan akademisi dan perusahaan yang bergerak dalam pemasaran produk sekiranya dapat memperhatikan penetapan harga dan kepuasan konsumen untuk lebih ditingkatkan lagi demi keberlanjutan usaha.
3. Penelitian ini akan lebih baik jika ditambahkan variabel-variabel pendukung yang diperoleh dari penelitian-penelitian dan referensi yang lain yang memungkinkan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen seperti: Promosi, Produksi, pelayanan, dan lain-lain.
4. Kiranya waktu yang dipakai dalam menyusun penelitian lebih lama dan dapat diberikan kesempatan untuk melihat lingkup perusahaan yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.  
Penerbit : Alfabeta, Bandung 2011
- Fathoni, Abdurahmat, 2006. *Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Rineka cipta
- Fatimah - Jurnal Forum SOSIAL, 2012 - eprints.unsri.ac.id “*Merancang Strategi dan Program Penetapan Harga*”
- Ghozali, Iman. 2006. *Statistik Nonparametrik*, Semarang : Penerbit UNDIP.
- Husain Umar, 2002. *Prinsip-Prinsip bauran pemasaran*, Jakarta : PT. Gramedia
- Husain Umar, 2003. *Metodologi Penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. USA: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 8th. Erlangga: Jakarta
- 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

Tjiptono, Fandy.1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi Offset

\_\_\_\_\_.2002. Strategi Bisnis. Andi Offset

\_\_\_\_\_. 2005. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi

\_\_\_\_\_.2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

Lopiyoadi, Rambat, 2001 Edisi Pertama. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat

Rizky. Bachriansyag. 2011, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik iklan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk ponsel Nokia*

Sugiono, 2011. *Metode Kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung Penerbit : Alfabeta

Sugiono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke tujuh, Bandung Penerbit : CV Alfabeta