# BAB V
# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan periklanan terhadap perilaku konsumen di Toko Bin Yusuf. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan ,keterbatasan penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dalam indikator harga yang sesuai dengan jenis produk dapat menimbulkan minat konsumen untuk berbelanja.
2. Periklanan berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dalam penerapan media iklan yang semakin baik akan membuat konsumen dapat megetahui keberadaan dan kualitas produk di Toko Bin Yusuf.
3. Berdasarkan hasil penelitian secara simultan antara harga dan periklanan terhadap perilaku konsumen yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, dimana harga dan periklanan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumen. Dapat disimpulkan bahwa indikator harga dan periklanan yang semakin baik akan mempercepat dan meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja .

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan di atas, ada saran yang dapat dikemukakan penulis bagi perusahaan dan juga bagi peneliti selanjutnya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara parsial maupun simultan variabel harga dan periklanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumen.

1. Untuk Obyek Penelitian

   Untuk Toko Bin Yusuf tetap mempertahankan kualitas atau lebih meningkatkan kualitas mereka dari segi penetapan harga yang baik dan sesuai dengan kualitas produk dan menerapkan konsep iklan baik lewat media cetak maupun elektronik dan selalu mencerminkan kepribadian konsumen atau pun sesuatu yang mudah diingat dibandingkan dengan pesaingnya agar kepuasan konsumen tercapai dan konsumen tetap melakukan pembelian ulang.

2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

   a. Peneliti selanjutnya dapat mengangkat variabel-variabel lainnya yang belum termasuk dalam penelitian ini seperti merek dan produk untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap konsumen.

   b. Demi keakuratan hasil penelitian direkomendasikan pada penelitian selanjutnya agar memperbaharui kriteria responden yang akan diberikan kuesioner dan memberikan pemahaman kepada responden yang akan mengisi kuesioner, agar responden dapat memahami dengan jelas isi dari kuesioner tersebut dan penelitan akan mudah dalam pengolahan data dan demi mendapatkan hasil yang lebih akurat.

# DAFTAR PUSTAKA


Adriyanto,Yudhi. 2011 . *Pengaruh Harga, Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Pt. Djarum Indonesia*. Skripsi : Universitas Muhamadiyah Surakarta.

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, Alfabeta : Bandung.

Dirgantara, Bagas . 2011. Pengaruh *Kemasan, Merek,dan harga terhadap loyalitas konsumen*. Skripsi : Universitas Hasanudin.

Ghozali Iman. 2001. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gitosudarmo, Indriyo, 2008*, Manajemen Pemasaran,* edisi kedua, cetakan keenam, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.

Irwansyah.Muhammad. 2012 *.Analisis Pengaruh biaya bauran promosi terhadap penjualan.* Skripsi Universitas Hasanudin : Makasar.

Kazali, Rhenald. 2007 *. Manajemen Pemsaran* . Erlangga : Jakarta.

Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 8*, Erlangga Jakarta.

Kotler.Philip dan Keller,Kevin Lane 2007. *Manejemen Pemasaran*, edisi ketiga belas, jilid dua, Penerbit : Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip., and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks.

Musaddad,Achmad. 2012 .*Pengaruh Merek dan Iklan terhadap Perilaku Konsumen*. Skripsi : Palembang

Nurbiyati. Titiek dkk. 2005 . *Perilaku Konsumen.* Erlangga : Jakarta

Riduwan. 2003. *Dasar-dasar Statistik.* Alfabeta: Jakarta

Riduwan dan Sunarto. 2010. Pengantar Statistik. Alfabeta: Jakarta.

Saladin,Djaslim. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Periklanan Jasa Edisi Revisi*,Bandung.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta: Bandung

Sunarto, 2003, Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit Amus,Yogyakarta

Sutisna . 2006 . Perilaku Konsumen & Komunikasi pemasaran. Remaja Rsdakarya : Bandung

Swastha,Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Liberty Yogyakarta : Yogyakarta

Swastha,Basu dan T.Hani Handoko 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen,* edisi pertama,cetakn keempat, Penerbit : BPFE: Yogyakarta

Tjiptono, Fandi dkk. 2004. *Marketing Scale*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Umar, Husein. 2005. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Widyatama . Rendra . 2007. Pengaruh Periklanan. pustaka book publisher : Yogyakarta.