

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Penetapan harga pada Department Store Hypermart Gorontalo Mall terhadap peningkatan preferensi pembelian atau dianalogikan sebagai Keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, berdasarkan koefisien determinasi ditemukan bahwa sebesar 52,6% variabilitas Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh Penetapan harga Department Store Hypermart Gorontalo Mall, sedangkan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian analisis variabel penelitian ditemukan bahwa Penetapan harga terletak pada kriteria yang baik dengan skor rata-rata sebesar 375,83 dan untuk Keputusan pembelian pada Department Store Hypermart Gorontalo Mall adalah sebesar 390,92. Hal ini menginterpretasikan bahwa konsumen pada Department Store Hypermart Gorontalo Mall merasakan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan retail tersebut sudah ditetapkan dengan baik sesuai dengan kemampuan dan daya beli konsumen sehingga konsumen menjadi kemauan untuk melakukan pembelian

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya Department Store Hypermart Gorontalo Mall menetapkan harga sesuai dengan keadaan geografis dan kemampuan dan daya beli masyarakat yang ada di Gorontalo. Apabila ini terpenuhi maka sangatlah mungkin, masyarakat akan lebih senang untuk terus melakukan pembelian
2. Sebaiknya Department Store Hypermart Gorontalo Mall memberikan kesan yang lebih baik dalam berbagai hal sehingga akan menarik minat konsumen dalam peningkatan preferensi pembelian pada Department Store Hypermart Gorontalo Mall

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*, Penerbit:Alfabeta
Bandung
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Asnita Ali. 2015. *“Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Roberta Gorontalo”*. Skripsi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo
- Budi, Triton P. 2000. *SPSS 13.0 . Terapan; Riset Statistik Parametrik*. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta
- Cooper, Donald R, Emory, C.Wiliam. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit:Erlangga.
- Ghozali, Iman. 2001. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Indriantoro, N., Supomo, B. 2002. *Metedologi Penelitian Bisnis, Edisi I*. Yogyakarta:BPFE
- Kotler dan Amstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas, Jilid 1. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Penerbit: Erlangga , Jakarta.
- Kotler, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan. 2000. *Manajemen Pemasaran buku 2*, Penerbit: Andi, Yogyakarta
- Mohammad Arivaldy Piola. 2015. *“Pengaruh Harga Jual Ikan Dasar Beku Terhadap Volume Penjualan Di CV.Mitra Karya Gorontalo”* . Skripsi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo
- Rahman Amir. 2016. *“Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Supermarket Q.Mart Gorontalo”*. Skripsi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Diterjemahkan oleh Drs.Zoelkifli Kasip. Penerbit:Indeks, Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip-prinsip Dinamikan Pemasaran. Edisi 4.*
Penerbit: T&J Learning, Jakarta

Umar, Husein. 2003. *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran.*
Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta