

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo dan pengaruhnya bersifat positif. Semakin baik Penetapan Harga maka Keputusan Pembelian Konsumen juga akan semakin baik pula. Kemudian nilai koefisien determinasi sebesar 46,4% menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian Konsumen pada Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan oleh manajemen perusahaan..

Berdasarkan hasil pengujian analisis variabel penelitian ditemukan bahwa Penetapan Harga berada pada kategori yang baik. Hal ini berarti bahwa Manager Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo telah melakukan Penetapan Harga dengan baik sehingga responden sangat merespon. Meskipun demikian masih perlunya perhatian terkait dengan peentapan harga berbasis permintaan, laba dan persaingan perusahaan Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo. Sementara itu, Keputusan Pembelian Konsumen berada pada kategori yang baik. Hal ini berarti bahwa konsumen memiliki minat untuk memutuskan membeli produk-produk pada Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo

## 5.2 Saran

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

1. Sebaiknya perusahaan Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo menetapkan harga dengan memperhatikan harga pokok produksi sehingga harga yang ditetapkan tidak begitu besar. Hal lainnya yakni dengan memperhatikan harga pada toko lain agar konsumen merasakan kepuasan atas harga
2. Dalam meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen sebaiknya perusahaan tidak mengadopsi sistem multi level marketing dalam penjualan kredit karena akan mengakibatkan kerugian pada perusahaan terutama akan larnya konsumen pada toko lain

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama*, Jakarta: Penerbit, Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Dharmmesta dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua*,. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Fitri B. Sakka. 2015. Pengaruh Harga Jual Terhadap Permintaan Konsumen Pada Toko All Swalayan Salakan. *Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNG*
- Hurriyati, Ratih. 2010. *“Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen”*. Jakarta: Alfabeta CV
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- M. Deka Rizky. 2014. Pengaruh kebijakan harga terhadap permintaan konsumen Pada jasa pt. Pelita tour and travel di pekanbaru. *Jurnal Manajemen Universitas Indonesia*
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Upp Amp. Ykpn.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen – Konsep, Manfaat, & Rekayasa Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat
- Raden Anissa Trifitriani (2010) Pengaruh Harga Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Yogya Kopo Mas Bandung. *Skripsi Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama*
- Rianto, dkk. 2014. Pengaruh Merek Dan Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung yang Membeli dan Mendapatkan Diskon Musiman terhadap Produk Inspired27 Di Kota

Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 14 No. 1  
September

- Riduwan. 2007. *Metode Penelitian untuk Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Stanton, William, 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo, dkk. 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supriyono, RA, 2001, *Sistem Pengendalian Manajemen, Buku Dua, Edisi Pertama*, BPFE – UGM, Yogyakarta
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat*, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Thu Ha, Nguyen. 2014. Factors that influence consumer purchasing decisions of Private Label Food Products. *Journal School of Business, Society and Engineering Bachelor thesis in in Business Administration*
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Walid, Moh Birrul. 2009. Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Branch Office (Bo) Bumilindo Prakarsa Probolinggo. *Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Yayan Herdiana. 2009. Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Provider XI ). *Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha*.
- Zsófia Kenesei and Sarah Todd. 2003. The Use of Price in the Purchase Decision. *Journal Of Empirical Generalisations In Marketing Science*