

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Tania Fashion . Untuk mengukur itu maka peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Proses analisis dalam penelitian ini menggunakan microsoft excel 2007 dan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 16. Adapun hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini yang menduga bahwa Harga berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Tania Fashion. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis variabel Harga terhadap keputusan pembelian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, sehingga dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Hasil Pengujian menunjukkan bahwa harga pada Tania Fashion berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian akan tetapi tidak Signifikan pada taraf Signifikansi
2. Bahwa Harga secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Keputusan pembelian walaupun kecil. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,064 atau 6.4 % variabilitas mengenai Kepuasan konsumen ditoko Tania Fashion Gorontalo dapat dipengaruhi oleh Penetapan Harga, sedangkan sisanya sebesar 93.6 atau 93.6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang diduga seperti kualitas produk, kualitas pelayanan,. Citra merek , Lokasi, *Point Of Purchase*, Promosi, dan lain-lain yang tidak terdapat pada model penelitian ini

5.2 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan mencari alternatif lain untuk Memberikan harga yang rendah dengan kualitas produk yang di berikan dengan melihat hasil Pendapatan Ekonomi masyarakat Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Badu Syamsu Qamar, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif (Pendekatan Aplikatif)*, Nurul Jannah, Gorontalo.
- Ghazali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP Undip. Semarang.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keenam, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Hamdani A. Lopiyoadi Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, cetakan pertama, edisi kedua, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Hasan, Ali, 2008, *Marketing*, cetakan pertama, Penerbit : Medpress, Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, cetakan pertama, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Irawan, Handi, 2010, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, cetakan kelima, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Istijanto, 2010, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Kotler, Philip, dan Armstrong. 2012, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi 9, Jilid 2, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen pemasaran*. Edisi Dua Belas Jilid 1. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Indeks.
- Mangkunegara, Prabu Anwar, 2012, *Perilaku Konsumen*, edisi revisi, cetakan kedua, Penerbit : PT. Refika Aditama, Bandung
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw John, 2011, *Perilaku Konsumen*, edisi pertama, Andi, Yogyakarta
- Rahman, Arif, 2010, *Strategi Dasyat Marketing Mix, For Small Business*, edisi pertama, cetakan pertama, penerbit : Transmedia, Jakarta
- Rangkuti, Fredy, 2010, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN – JP*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Salusu, I, 2013, *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, Penerbit : PT. Grasindo, Jakarta.
- Sekaran Umar, 2009, *Research Methods For Business, Metode Penelitian Untuk Bisnis*, buku satu edisi keempat, Penerbit : Salemba Emp[at, jakarta
- Soematri Ating, 2010, *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Pustaka Setia, Bandung
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi; Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang, 2013, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Supramono dan Haryanto, Jony Oktavian. 2010. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sutisna, 2013, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, cetakan ketiga, Penerbit : Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, 2012, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi kedua, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Umar, Husein, 2008. *Metode Riset Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Usmara, Usri, 2008, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit : Amara Books, Yogyakarta.
- Adiatama, Fajar. 2015. *Pengaruh Penetapan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rumah Makan Soto dan Sop Nanda Jl.Sei Blutu Psr.IX No.12 Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Simon Erikson. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Survey Pada Toko Boneka Angkasa Cijerah)*. Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)
- Zainal. 2012. *Pengaruh Perubahan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Pada Toko R. Nabila Tembilihan*. UNY