

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Instrumen yang digunakan yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili seluruh variabel yakni penetapan harga, dan keputusan pembelian di Swalayan khumairah Kabupaten Gorontalo yang disusun melalui kuisisioner mendapatkan tanggapan yang “baik” dari responden, namun belum dapat dikatakan sesuai dengan harapan mengingat masih banyak faktor lainnya yang menentukan.
2. Variabel penetapan harga di Swalayan Khumairah memiliki pengaruh yang signifikan dengan melihat hasil persamaan regresi yakni $\hat{Y}=13,484+0,473$, serta koefisien regresi dimana t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga hipotesis penelitian diterima.
3. Variable penetapan harga memiliki pengaruh sebesar 30,2% terhadap keputusan pembelian konsumen di Swalayan Khumairah. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada sebesar 69,8% dari keputusan pembelian konsumen di Swalayan Khumairah memungkinkan untuk dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar Swalayan Khumairah Kabupaten Gorontalo serta pihak lainnya yang berkecimpung dalam industri distribusi/ penjualan produk khususnya kebutuhan sehari-hari dapat mempertimbangkan setiap kebijakan mengenai penetapan harga yang tepat yang sesuai dengan kemampuan konsumen.
2. Agar penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi akademisi lainnya khususnya dalam pembahasan mengenai penetapan harga dan keputusan pembelian konsumen.
3. Agar penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi Swalayan Khumairah Kabupaten Gorontalo dalam mengambil kebijakan strategi pemasaran yang sesuai pada umumnya dan penetapan harga khususnya sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, Michael. 2010. *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel ala Indonesia*. Jakarta :PT Elex Media Komputindo.
- Alfred, Owusu. 2013. *Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study*. European Journal of Business and Management ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online): Vol.5, No.1
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, Iful. 2015. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 4, No.12.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas diponegoro. Semarang.
- Dudu, O.F., and Agwu M. Edwin. 2014. *A Review of The Effect of Pricing Strategies on The Purchase of Consumer Goods*. International Journal of Research in Management, Science & Technology (E-ISSN: 2321-3264): Vol. 2, No. 2 Available at www.ijrmst.org
- Engel, James F& Paul Miniard. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hariadi, Doni. 2012. *Pengaruh produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk projector microvision*. Surabaya: Jurnal ilmu& riset manajemen. Vol.1 No.8
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Andi: Yogyakarta.
- _____. 2002. *Marketing Management*. New Jersey. The Millennium Edition, PrenticeHall International Edition.
- Kotler, Philip & G. Amstrong. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Pt. Indeks Kelompok.
- Meita,dkk. 2014. Pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap keputusan pembelian produk di hypermart ponorogo city center, Fakultas ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) | vol.2 , No.2, 2014).

- Nandiroh. 2013. *Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya*. Padang Sumatera Barat: ECONOMICA Journal of Economic and Economic Education Vol.2 No.1
- S Fatimah – Jurnal Forum SOSIAL, 2012 – enprints.unsri.ac.id
MERANCANG STRATEGI DAN PROGRAM PENETAPAN HARGA
- Sarjono, Bambang. 2014. *Strategi Penetapan Harga Pada Bisnis Ritel*. Jurnal ORBITH vol.10 No.1. Politeknik Semarang.
- Schiffman, Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Pt. Indeks.
- Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sevilla, Consuelo g. Et. Al. 2011. *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel Teori, praktik, dan kasus ritel*. Yogyakarta. CAPS (center for academic publishing service).
- Swastha, Basu & Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV ANDY Offset.
- _____. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tung-Zong Chang and Albert R. Wildt.1994. *Price, product information, and purchase intention: An empirical study*. Journal of the Academy of Marketing Science: Volume 22, [Issue 1](#), pp 16–27
- Wibowo, Ari. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di "D'stupid Baker" Surabaya*. Surabaya: Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 12.
- Zulkifli. 2015. *Kebijakan Harga dalam Hubungannya dengan pengambilan keputusan pembelian suatu produk*. Jurnal Adminika Volume 1. No.1 Januari-Juni 2015.