

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis ( $H_0$ ) yang diuji ditolak, dan sebaliknya hipotesis penelitian ( $H_1$ ) yang diajukan diterima. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  baik pada taraf signifikan  $\alpha$  sebesar 5%. Ini mengindikasikan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo. Nilai pengaruhnya sebesar 48,2%, hal tersebut terlihat dari koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya penentuan harga yang bersaing dalam membantu keputusan konsumen dalam membeli. Sedangkan sebesar 51,8% dipengaruhi faktor lain, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti faktor lokasi dan bauran pemasaran lainnya.

### **5.2 Saran**

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

1. Sebaiknya PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo menentukan harga dengan memperhatikan ekonomi masyarakat sebab visi dan misi PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo yakni meningkatkan

perekonomian masyarakat melalui produk motor honda. Langkah yang dilakukan yakni dengan memberikan kusioner terbuka bagi konsumen yang datang ke PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo sebagai saran bagi perusahaan.

2. Sebaiknya perusahaan memperhatikan sikap keinginan konsumen dalam hal keputusan konsumen. Pihak perusahaan harus mampu untuk menjaga konsistensi konsumen dalam keputusan pembelian produk pada PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan rekonstruksi dari penelitian ini dengan menambah variabel lain yang berpotensi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S. 2006. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa Cetakan Kelima Edisi Revisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widy
- Hermawan, Kartajaya. 2002. *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hermawan, Kartajaya. 2009. *Marketing MIX*. Bandung: PT. Mizan Pustaka Utama
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prenhallinda
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prenhallinda
- Kuncoro, Mudrajat. 2001. *Metode Kuantitatif : Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN
- Munandar. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Bumi Askara
- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS Pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sumarni, Siti. 2005. *Pengantar Bisnis Dan Dasar-Dasar Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Swastha, Bayu. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE

Swastha, Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, Edisi Pertama, Cetakan Keempat*. Yogyakarta: BPFE

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Andi