

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *Price Perception* dan *Buyer Vulnerability* terhadap *Price Offer Fairness* produk telepon seluler NOKIA, penulis menggunakan metode survey dan analisis regresi berganda. Dimana sebelum pengujian hipotesa, peneliti melakukan beberapa uji pendahuluan yang terdapat uji validitas dan uji reliabilitas.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan cara memberikan kuesioner yang berisi butir-butir pengukur konstruk atau dimensi dalam penelitian yang disampaikan pada responden. Pengambilan sampling dilakukan dengan metode *nonprobability sampling*, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengambilan sampel atau secara *nonprobability sampling* dimaksudkan bahwa setiap unsur atau anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2007:77). Dimana sampel yang digunakan adalah masyarakat di sekitar Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan produk telepon seluler NOKIA.

Pengujian hipotesis untuk mengetahui dan mengukur mengenai pengaruh *Price Perception* dan *Buyer Vulnerability* terhadap *Price Offer Fairness* produk telepon seluler NOKIA adalah sebesar 13.4%. Hasil pengujian hipotesis (H1) untuk mengetahui pengaruh *Price Perception* terhadap *Price Offer Fairness* produk telepon seluler NOKIA adalah dengan tingkat signifikansi sebesar 0.053

atau $P > 0.05$ yang dimana artinya tidak ada pengaruh positif antara *Price Perception* terhadap *Price Offer Fairness*, sedangkan untuk hasil pengujian hipotesis (H2) untuk mengetahui pengaruh *Buyer Vulnerability* terhadap *Price Offer Fairness* produk telepon seluler NOKIA adalah dengan tingkat signifikansi sebesar 0.025 atau $P < 0.05$ yang artinya terdapat pengaruh negatif antara *Buyer Vulnerability* terhadap *Price Offer Fairness*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- Penelitian ini hanya mengukur satu jenis produk, yaitu telepon seluler NOKIA.
- Penelitian ini tidak mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Price Offer Fairness*.
- Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan sekitaran Universitas Kristen Maranatha Bandung.

5.3 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- Pada penelitian berikutnya, sebaiknya dilakukan penelitian yang menguji Analisis pengaruh *Price Perception* dan *Buyer Vulnerability* terhadap *Price Offer Fairness* pada produk lain selain telepon seluler.
- Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Price Offer Fairness*, misalnya *Satisfaction with the Purchase* dan *Perceived Pricing Procedure Fairness*.

- Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya melakukan penelitian yang lebih luas lagi, misalnya di Perkantoran, Bazaar, Pameran atau di pusat perbelanjaan.