BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan analisis yang telah dikemukakan pada bab–bab sebelumnya mengenai pengaruh pelaksanaan penetapan harga terhadap minat beli konsumen di Toko Giga Computer, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penilaian konsumen terhadap pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan oleh Toko Giga Computer adalah sudah baik, hal ini terlihat dari jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan, dimana sebagian besar dari responden menjawab bahwa pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan sudah relatif sesuai dengan keinginan responden.
2. Penilaian mengenai minat responden untuk melakukan pembelian di Toko Giga computer adalah sudah baik, hal ini terlihat dari jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan, dimana mayoritas dari responden menyatakan berminat untuk melakukan pembelian.

   Dari pengamatan data mengenai profil responden, maka dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang datang ke Toko Giga Computer adalah pria (76.25%), berusia antara 26 – 30 tahun (36.25%), belum menikah (58.75%), berprofesi sebagai pegawai swasta (40%), menyelesaikan tingkat pendidikan sampai perguruan tinggi (71.25%), berpendapatan berkisar Rp 2.000.000,00 – Rp 5.000.000,00 (82%), mengetahui keberadaan Toko Giga Computer

kebetulan lewat (41.25%), serta frekuensi kunjungan ke Toko Giga Computer rata–rata sangat jarang.

3. Besarnya pengaruh antara pelaksanaan penetapan harga dan minat beli konsumen adalah sebagai berikut :
   - Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, menghasilkan korelasi r_s = 0.157, hal ini menununjukkan bahwa hubungan yang cukup berarti antara pelaksanaan penetapan harga (variabel X) dengan minat beli konsumen (variabel Y), maka kenaikan ataupun penurunan salah satu dari kedua variabel tersebut akan menaikan atau menurunkan variabel lainnya karena hubungannya bersifat positif.
   - Melalui uji signifikasi dengan statistik uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.404, dan setelah dibandingkan dengan t_{tabel} (0.9224) ternyata signifikan pada taraf kesalahan (α) 0.05. Dimana t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel}, maka H_0 ditolak, artinya ada hubungan pelaksanaan penetapan harga dan minat beli konsumen.
   - Berdasarkan uji koefisien determinasi, hasil penelitian ini menggambarkan bahwa sebanyak 2.5% minat beli konsumen dipengaruhi oleh penetapan harga yang dilakukan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 97.5% dipengaruhi oleh faktor lain. Dapat dilihat bahwa pengaruh penetapan harga terhadap minat beli konsumen di Toko Giga Computer sangat kecil sekali. Hal ini disebabkan penetapan harga pada Toko Giga Computer tidak begitu berpengaruh terhadap minat beli konsumen, dan mungkin ada faktor lain yang lebih mempengaruhi minat konsumen, yaitu seperti kelengkapan

barang pada Toko Giga computer, dan pelayanannya yang memuaskan, sehingga membuat konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian pada Toko Giga Computer.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya penulis mencoba memberikan saran–saran sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen di Toko Giga Computer. Adapun saran–saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan harus bisa menerapkan strategi harganya lebih baik lagi, agar bisa menarik minat beli konsumen, dan juga dapat meningkatkan pengaruh penetapan harga terhadap minat beli konsumen, karena berdasarkan hasil perhitungan yang ada ternyata sedikit sekali pengaruh penetapan harga yang terjadi untuk menarik minat beli konsumen di Toko Giga Computer.
2. Mempertahankan berbagai sumber informasi yang memberi tahu kepada masyarakat umum mengenai harga–harga tipe *hardware* tertentu. Untuk menarik minat beli dari masyarakat umum.
3. Mempertahankan berbagai potongan harga dan promosi khusus yang diberikan kepada konsumen untuk menarik minat beli dari konsumen, salah satunya dengan memberikan *special price* kepada konsumen yang loyal terhadap perusahaan.

4. Mempertahankan berbagai cara pembayaran yang telah ada untuk menarik minat beli dari konsumen, sehingga mampu terus tumbuh dan berkembang selaras dengan kemajuan konsep bisnis yang sehat dan menjelang era globalisasi yang akan datang.