

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari data dan hasil analisis yang dilakukan, berkaitan dengan penelitian untuk mengetahui pengaruh tingkat harga terhadap peningkatan penjualan PT. Nusatex, terdapat beberapa hasil dan kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut :

1. Kebijakan harga yang ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan harga *markup* dimana laba yang diinginkan adalah sebesar 30% dari Harga Pokok Penjualan. Juga diberikan potongan harga bagi konsumen yang membayar dalam waktu yang lebih cepat.
2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,957 artinya bahwa hubungan antara tingkat harga dan penjualan adalah kuat dan positif. Hasil pengujian hipotesis pertama terhadap koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara tingkat harga dan penjualan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan terhadap koefisien determinasi, diperoleh koefisien determinasi (R) sebesar 91,58%, yang artinya 91,58% dari variabel volume penjualan dapat dijelaskan oleh tingkat harga dan sisanya sebesar 8,42% dapat dijelaskan oleh faktor – faktor lainnya seperti kualitas produk, promosi, dan variabel lainnya.
- 4.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengamatan pelaksanaan penetapan harga handuk friendship, maka pada sub bab ini penulis akan memberikan beberapa saran terhadap kendala yang terjadi pada perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan harus fleksibel dalam menetapkan harga produknya. Harga *markup* sebesar 30% dirasakan terlalu tinggi, karena unit pembelian yang berjumlah besar seharusnya memperoleh produk dengan harga lebih murah dibandingkan harga pembelian per unit / pembelian dalam jumlah sedikit.
2. Perusahaan dan produk pesaing. Dengan memeperhatikan kedua hal tersebut, diharapkan harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi bagi pelanggan, karena perusahaan bersaing dengan produk dan harga pesaing lain sehingga konsumen merasa tidak dirugikan dengan harga dan produk yang ditawarkan.
3. Perusahaan harus mengantisipasi datangnya pesaing – pesaing baru yang bergerak dalam bidang produksi handuk. Perusahaan harus menjalankan suatu program pemasaran yang mampu menahan gencarnya program pemasaran pesaing, misalnya dengan menghasilkan handuk dengan desain yang menarik dan kualitas yang ditawarkan jauh lebih baik lagi.