

## **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 volume penjualan di UD. Satu Tujuan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tujuan yang ingin dicapai oleh UD. Satu Tujuan dalam pelaksanaan penetapan harga adalah menetapkan dan mengupayakan penetapan harga yang menarik bagi pelanggan, sehingga mereka berminat dan melakukan pembelian produk-produk yang ditawarkan oleh UD. Satu Tujuan. Maka penulis dapat mengambil suatu kesimpulan bahwa UD. Satu Tujuan mempunyai tujuan penetapan harga untuk meningkatkan laba, meningkatkan jumlah penjualan, bertahan sebagai pemimpin pasar, serta meningkatkan citra perusahaan. Dan dari keempat tujuan tersebut, yang paling utama adalah meningkatkan jumlah penjualan. Karna meningkatnya penjualan bisa mempengaruhi tiga faktor yang lain.
2. Untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Faktor internal dan faktor eksternal sangat berpengaruh dalam pertimbangan untuk penetapan harga suatu produk. Faktor internal yang sangat menentukan di UD. Satu Tujuan yaitu tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran, dan biaya. Maka penulis

dapat mengambil kesimpulan bahwa ketiga faktor internal ini sangat berpengaruh dalam menetapkan harga jual pada UD. Satu Tujuan

3. Pengaruh antara pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan di UD. Satu Tujuan adalah sebesar 1,124% berarti banyak terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan disamping penetapan harga sebesar 98,87%, diantaranya faktor-faktor lainnya. Sedangkan dari perhitungan uji signifikansi (uji T) didapat  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, ini dapat dikatakan bahwa pelaksanaan penetapan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan.

## 5.2 Saran

Di bawah ini terdapat beberapa saran yang diberikan penulis, yaitu:

1. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 1,124% berarti masih terdapat faktor lain sebesar 98,87% yang mempengaruhi volume penjualan produk bordir di UD. Satu Tujuan seperti mode produk, tingkat pemesanan, promosi, distribusi, pelayanan, dan faktor-faktor lainnya. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan, atau dengan pengaruh-pengaruh lainnya seperti mode produk, tingkat pemesanan, promosi, distribusi, pelayanan dan faktor-faktor lainnya.
2. Sebaiknya UD. Satu Tujuan dalam menetapkan harganya tidak sering terjadi perubahan sehingga dipercaya dengan para konsumennya, tetap menjalin

hubungan baik dengan para distributor, mengadakan penelitian pasar dan mencari informasi tentang pesaing.

3. Untuk lebih meningkatkan volume penjualannya, UD. Satu Tujuan sebaiknya melakukan pemberian potongan harga khusus bagi para pelanggannya, misalnya pelanggan yang membeli bordir dalam partai besar diberikan potongan harga khusus sehingga pelanggan tersebut tidak mengeluarkan biaya terlalu besar dan para pelanggan akan melakukan pembelian ulang produk bordir pada UD. Satu Tujuan. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan, atau dengan pengaruh-pengaruh lainnya seperti periode pembayaran yang dilakukan, syarat kredit yang diberikan kepada pelanggannya, dan faktor-faktor lainnya yang berhubungan dengan harga.