

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian, didapat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi harga dan keputusan pembelian konsumen Berrybenka pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, Bandung
2. pengaruh antara strategi harga dan keputusan pembelian konsumen diketahui sebesar 72,6% strategi harga akan menentukan keputusan pembelian konsumen Berrybenka pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
3. Peneliti menemukan *Discount Pricing* sebagai strategi harga dengan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen Berrybenka pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, Bandung

5.2. Keterbatasan penelitian

Dalam penelitian ini, keterbatasan penelitian yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. penelitian dilakukan hanya pada responden sejumlah 105 orang

2. penelitian dilakukan pada mahasiswa yang melakukan pembelian atau sebagai konsumen dari laman BerryBenka
3. penelitian dilakukan untuk variable strategi harga dan keputusan pembelian.

5.3. implikasi manajerial

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa strategi harga yang dilakukan memiliki karakteristik yang baik untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian pada para konsumen yang diteliti. Ditemukan bahwa *Discount Pricing* merupakan hal yang penting dalam meningkatkan pembelian konsumen, karena memiliki pengaruh yang paling besar. Dengan demikian, dengan meningkatkan diskon, maka akan mendorong responden untuk dapat mengambil keputusan pembelian

4.4. Saran

Peneliti dapat membuat saran sebagai berikut:

1. peneliti menyarankan bagi pihak perusahaan, untuk dapat menggunakan strategi harga, terutama strategi diskon untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian penunjang
2. strategi harga yang diterapkan sudah cukup efektif dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, terutama strategi diskon. Karena itu, strategi ini harus lebih sering dilakukan oleh pemilik usaha, sebagai strategi harga yang dapat mendorong pembelian.