

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis strategi penetapan harga terhadap keputusan pemesanan busana di gifa costume Cirebon dengan kualitas produk sebagai variabel intervening dapat ditarik kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Strategi Penetapan harga terhadap kualitas produk menunjukkan bahwa t_{hitung} 11,758 dengan t_{tabel} 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari pada 0,05 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan strategi penetapan harga secara parsial dapat mempengaruhi kualitas produk.
2. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Strategi Penetapan harga terhadap keputusan pemesanan menunjukkan bahwa t_{hitung} 2.514 dengan t_{tabel} 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari pada 0,05 maka dapat dikatakan strategi penetapan harga secara parsial dapat mempengaruhi keputusan pemesanan.
3. Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas produk terhadap keputusan pemesanan menunjukkan bahwa t_{hitung} 6.214 dengan t_{tabel} 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari pada 0,05 maka dapat dikatakan bahwa strategi penetapan harga secara parsial dapat mempengaruhi kualitas produk
4. Berdasarkan hasil uji analisis path dari variabel strategi penetapan harga melalui kualitas produk terhadap keputusan pemesanan digifa costume Cirebon menunjukkan bahwa dari nilai koefisien secara tidak langsung yang memiliki nilai lebih besar dari nilai koefisien secara langsung yaitu $0,455 > 0,241$. yang artinya, kualitas produk mampu memediasi antar strategi penetapan harga terhadap keputusan pemesanan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan diantaranya:

1. Berdasarkan dari variabel Strategi penetapan harga terdapat nilai rata-rata terkecilnya yaitu pada indikator “Diskon atau potongan harga” dengan pernyataan “Menurut saya Gifa costume memberikan potongan harga jika memesan busana lebih banyak “ pada gifa costume,hal ini dikarenakan gifa costume adalah bisnis fashion dengan sistem pemesanan yang mana tidak sama dengan produk yang sudah jadi lalu dijual dengan banyak tawaran diskon.Oleh karena itu saran untuk gifa costume agar mampu mengadakan diskon atau potongan harga diwaktu tertentu agar konsumen lebih tertarik lagi dalam melakukan pemesanan busana pada gifa costume.
2. Berdasarkan dari variabel Kualitas Produk terdapat nilai rata-rata terkecilnya yaitu pada indikator “kemudahan perbaikan” dengan pernyataan “Menurut saya gifa costume memberikan garansi pada hasil produk yang kurang sesuai”, hal ini dikarenakan dari beberapa konsumen masih kesulitan dalam melakukan perbaikan pada gifa costume.Oleh karena ini saran pada gifa costume untuk lebih memberi kemudahan perbaikan pada konsumennya unntuk melakukan perbaikan apabila ada produk busana yang dihasilkan tidak sesuai.
3. Berdasarkan dari variabel Keputusan Pemesanan terdapat nilai rata-rata terkecilnya yaitu pada indikator “kebiasaan membeli produk” dengan pernyataan “Saya terbiasa memesan busana di gifa costume untuk menghadiri acara-acara”,hal ini dikarenakan tidak semua responden atau konsumen gifa costume menjadikan kebiasaan memesan produk di gifa costume karena dapat melihat banyak yang menjual produk busana.Oleh karena itu saran kepada gifa costume untuk dapat memberi inovasi dan cirikhas pada setiap hasil produksi busananya agar konsumen lebih tertarik dalam melakukan pemesan pada gifa costume.

4. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas penelitiannya sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pemesanan pada produk busana. Mengingat dalam penelitian ini variabel bebas terdiri dari hanya satu variabel (X) sehingga dengan adanya penambahan variabel atau indikator baru diperlukan dalam penelitian selanjutnya agar mampu menghasilkan gambaran yang luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.

