

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis*, antara strategi penetapan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen Restoran Hanamasa Dago Bandung, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Program strategi penetapan harga Restoran Hanamasa Dago Bandung terdiri dari penetapan harga diskon dan pengurangan harga (*discount and allowance pricing strategy*), penetapan harga psikologis (*psychological pricing strategy*), penetapan harga promosi (*promotional pricing strategy*), dan penetapan harga berdasarkan nilai (*valuating pricing strategy*). Secara keseluruhan, konsumen Restoran Hanamasa Dago Bandung memiliki penilaian yang baik terhadap program ini. Dalam program strategi penetapan harga, pengaruh dengan penilaian tertinggi terhadap proses keputusan pembelian adalah melalui *promotional pricing strategy*. *Promotional pricing strategy* (strategi harga promosi) merupakan faktor yang paling tinggi dalam menciptakan proses keputusan pembelian konsumen karena dengan adanya *promotional pricing strategy* ini memungkinkan konsumen mendapatkan keuntungan yang lebih banyak sehingga dapat

menciptakan serta mempertahankan proses keputusan pembelian konsumen di Restoran Hanamasa Dago Bandung.

2. Faktor pembentuk proses keputusan pembelian konsumen Restoran Hanamasa Dago Bandung yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian, kontribusi yang paling tinggi adalah keputusan pembelian yaitu pada indikator keputusan pembelian berdasarkan diskon member dan keputusan pembelian berdasarkan diskon member card. Hal ini disebabkan karena Restoran Hanamasa Dago Bandung selalu memperhatikan hal-hal apa saja yang dapat menciptakan keputusan pembelian konsumen dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan yang menyebabkan konsumen tertarik untuk datang dan mengkonsumsi produk makanan dan minuman di Restoran Hanamasa Dago Bandung.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program strategi penetapan harga yang terdiri dari penetapan harga diskon dan pengurangan harga (*discount and allowance pricing strategy*), penetapan harga psikologis (*psychological pricing strategy*), penetapan harga promosi (*promotional pricing strategy*), dan penetapan harga berdasarkan nilai (*valuating pricing strategy*) berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian yang didasarkan pada pengenalan kebutuhan dan masalah, pencarian informasi, penilaian Alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Restoran Hanamasa Dago Bandung, artinya semakin baik pelaksanaan program strategi penetapan harga maka akan semakin mempengaruhi pada proses keputusan pembelian konsumen.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal seperti berikut:

1. Program strategi penetapan harga terbukti mampu menciptakan proses keputusan pembelian pada konsumen Restoran Hanamasa Dago Bandung, akan tetapi ada beberapa unsur di dalamnya yang harus diperbaiki dan dibenahi sesuai dengan apa yang dibutuhkan.
2. Program strategi penetapan harga berupa penetapan harga diskon dan pengurangan harga (*discount and allowance pricing strategy*), dinilai cukup baik berdasarkan penilaian konsumen tetapi ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki yaitu frekuensi pengadaan diskon dengan jangka yang lebih panjang, dan besaran diskon yang lebih besar, serta lebih banyaknya penetapan harga diskon dan pengurangan harga (*discount and allowance pricing strategy*) lainnya untuk lebih dapat menciptakan proses keputusan pembelian pada konsumen.
3. Program strategi penetapan harga berupa penetapan harga psikologis (*psychological pricing strategy*) dinilai cukup baik berdasarkan penilaian konsumen tetapi di dalam perjalanannya Restoran Hanamasa Dago Bandung harus lebih hati-hati dalam strategi penetapan harga berikutnya agar penetapan harga psikologis (*psychological pricing*

*strategy*) yang dilakukan tetap terlihat menarik dalam penilaian konsumen. Dengan cara tetap mempertahankan kemenarikan harga seperti harga dengan akhiran Rp.500,-, dan penawaran harga yang merupakan harga paket *all you can eat*.

4. Restoran Hanamasa Dago Bandung dalam pelaksanaan penetapan harga promosi (*promotional pricing strategy*) pada periode ini hanya menawarkan satu harga gratis tempura sepuasnya, penetapan harga promosi ini mempunyai pengaruh yang cukup baik sesuai dengan penilaian konsumen Restoran Hanamasa Dago Bandung, oleh karena itu untuk lebih meningkatkan proses keputusan pembelian konsumen, Restoran Hanamasa Dago Bandung lebih baik menggunakan strategi ini dengan lebih baik yaitu menawarkan berbagai promosi menarik lainnya sebagai strategi dalam menciptakan proses keputusan pembelian konsumen.
5. Restoran Hanamasa Dago Bandung harus terus mempertahankan produk makanan dan minuman yang ditawarkan agar tetap sesuai dengan nilai produk yang didapatkan oleh konsumen. Hal ini membutuhkan perencanaan yang baik dalam melaksanakan penetapan harga berdasarkan nilai (*valuating pricing strategy*) berikutnya. Dengan cara tetap mempertahankan mutu produk sehingga harga yang ditawarkan tetap sesuai dengan nilai produk makanan dan minuman yang berkualitas.