

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh harga barang, harga barang substitusi dan biaya promosi, terhadap permintaan, dapat dikemukakan beberapa kesimpulan berikut:

1. Harga barang secara parsial berpengaruh negatif terhadap permintaan *personal computer*. Artinya jika harga barang meningkat maka permintaan *personal computer* di pertokoan Jaya Plaza Bandung akan menurun, begitu juga sebaliknya.
2. Harga barang substitusi tidak berpengaruh terhadap permintaan *personal computer*. Artinya seberapa besarpun kenaikan ataupun penurunan harga *laptop* dan *notebook*, tidak akan berpengaruh terhadap permintaan *personal computer* di Pertokoan Jaya Plaza Bandung.
3. Biaya promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap permintaan. Artinya jika biaya promosi yang dikeluarkan meningkat maka permintaan *personal computer* di Pertokoan Jaya Plaza Bandung akan meningkat pula, dan begitu pula sebaliknya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh harga barang, harga barang substitusi dan biaya promosi terhadap permintaan *personal computer* dapat dikemukakan beberapa saran berikut:

1. Untuk meningkatkan permintaan *personal computer*, diperlukan adanya perhatian dari pengusaha/pedagang *personal computer* untuk dapat menganalisis harga jual yang tepat agar dapat menjadi *price maker* dan dapat bersaing dengan para pengusaha/pedagang *personal computer* yang lainnya.
2. Untuk meningkatkan permintaan *personal computer*, diperlukan adanya perhatian dari pengusaha/pedagang *personal computer* terhadap harga barang substitusi. Barang substitusi disini yaitu *laptop* dan *notebook*. Meskipun harga dari *laptop* dan *notebook* ini tidak turut mempengaruhi permintaan *personal computer* secara signifikan, tetapi pengusaha/pedagang *personal computer* perlu untuk memperhatikannya sehingga dapat cepat tanggap dalam menghadapi berbagai perkembangan.
3. Untuk meningkatkan permintaan *personal computer*, diperlukan adanya perhatian dari pengusaha/pedagang *personal computer* terhadap biaya promosi yang akan dikeluarkannya sehingga pengeluarannya menjadi lebih efektif. Biaya promosi yang dikeluarkan para pengusaha/pedagang *personal computer* melalui pembuatan *brosur* atau *price list* cukup efektif dalam meningkatkan jumlah permintaan *personal computer*, Namun sebaiknya kegiatan promosi tak hanya sebatas itu, namun dapat pula dilakukan dengan mengikuti kegiatan pameran-pameran yang diadakan oleh pihak luar seperti *even organizer* yang biasa diadakan di Landmark, Jalan Braga.
4. Perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut dan lebih baik agar ada pengembangan dan hasil yang lebih baik untuk keberlangsungan usaha penjualan *personal computer* ini selanjutnya.