

## BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori, pengolahan data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kebijakan harga produk AMDK Hanaang, secara umum responden memiliki persepsi yang **tinggi** terhadap kebijakan harga produk AMDK Hanaang. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah, indikator yang paling dominan adalah kesesuaian harga satuan barang yang ditawarkan memperoleh tanggapan yang baik dari konsumen sedangkan indikator yang paling rendah adalah penilaian pelanggan terhadap harga satuan produk AMDK Hanaang.
2. Gambaran mengenai keputusan pembelian secara umum **tinggi**, hal ini dapat dilihat dari indikator yang di urutkan dari yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah, indikator yang paling dominan adalah pemilihan produk dan pemilihan waktu pembelian sebesar, indikator tertinggi kedua adalah pemilihan merek dan pemilihan distributor, dan indikator terendah adalah jumlah pembelian.
3. Pengaruh kebijakan harga terhadap keputusan pembelian dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa kebijakan harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dengan besar korelasi 0,923 yang artinya memiliki tingkat korelasi yang sangat

besar. Besarnya pengaruh kebijakan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 85,2%. Dari hasil perhitungan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga yang dilakukan oleh produk AMDK Hanaang sudah baik. Dengan kata lain kebijakan harga yang dilakukan oleh produk AMDK Hanaang mampu mempengaruhi pelanggan untuk terus melakukan pembelian produk AMDK Hanaang.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas sebagai saran untuk meningkatkan keputusan pembelian produk AMDK Hanaang melalui kebijakan harga maka produk AMDK Hanaang perlu melakukan upaya-upaya evaluasi yakni :

1. Penilaianan pelanggan terhadap harga satuan produk AMDK Hanaang dinilai kurang oleh responden, hal ini bisa diantisipasi diantaranya seperti dengan menetapkan harga yang sama kepada para pengecer sehingga pengecer dapat menjual harga yang sama pula kepada konsumen akhir, misalnya untuk Wilayah tegalega harga yang dijual ke pengecer Rp.6.000 maka atas kebijakan dari perusahaan AMDK Hanaang setiap pengecer dapat menjual produk AMDK Hanaang dengan harga Rp.7.000.
2. Upaya untuk meningkatkan Jumlah pembelian produk AMDK Hanaang oleh pengecer diperlukan suatu usaha perusahaan untuk lebih meyakinkan kembali kepada pengecer akan manfaat menjual produk AMDK Hanaang, misalnya dengan mensosialisasikan kembali produk Hanaang dengan keuntungan yang dapat diperoleh pengecer.

3. Untuk meningkatkan volume penjualannya, perusahaan harus bisa meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk yang ditawarkan melalui program kebijakan harga yang ditawarkan oleh perusahaan, maka penulis merekomendasikan agar perusahaan harus lebih agresif lagi dalam menarik konsumennya, agar konsumen tersebut melakukan pembelian seperti halnya perusahaan harus memperhatikan keunikan dan keunggulan dari kualitas produk, saluran distribusi dan promosi yang lebih gencar lagi.

