

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melihat Dari hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yaitu pemikiran atau komentar seseorang terhadap pembelian barang atau jasa dengan jumlah uang yang akan dikeluarkan untuk barang yang diinginkan dari nilai pengorbanan yang bersangkutan untuk memperoleh produk, meliputi: 1) keterjangkauan, 2) harga yang sesuai dengan kualitas produk, 3) harga yang sesuai dengan layanan yang ditawarkan, 4) harga yang sesuai dengan keunggulan, masih perlunya pertimbangan dari setiap individu masing-masing konsumen.
2. Kemasan memiliki pengaruh dengan keputusan pembelian artinya suatu proses yang melibatkan kegiatan desain dan produksi yang berkaitan dengan keputusan pengadaan, fungsi utama dari kemasan itu sendiri adalah untuk melindungi produk untuk menjaga kualitas produk., dengan indikator pengukuran diantaranya: 1) desain warna, 2) desain kemasan, 3) bahan kemasan 4) ukuran kemasan dapat menarik perhatian konsumen itu sendiri dalam melakukan transaksi atau membeli.
3. Keputusan pembelian ialah suatu pendekatan dan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya, diantaranya: 1) perhatian (*Attention*), 2) Ketertarikan (*Interest*), 3) berniat (*Desire*), 4) aksi beli (*action*), 5) Tahapan dari hal tersebut yang dapat menimbulkan persepsi harga serta bentuk measan yang baik, sehingga dapat memberikan keputusan pembelian.

B. Saran

Maka saran yang dapat peneliti sampaikan untuk Toko saya sendiri, adalah:

1. Agar persepsi harga dapat meningkat, kemudian pemikiran atau komentar konsumen/pelanggan tentang jumlah uang yang akan digunakan untuk membeli barang yang diinginkan dengan nilai

pengorbanan yang sesuai dengan apa yang diperoleh dari produk dan jasa tersebut sudah menunjukkan hasil yang baik dan perlu dievaluasi.

2. Perspektif kemasan dapat meningkat adalah proses yang melibatkan perancangan dan pembuatan alat, fungsi utama dari kemasan itu sendiri adalah untuk melindungi produk agar kualitas produk tetap terjaga sudah menunjukkan hasil yang baik dan perlu dipertahankan.
3. Perspektif keputusan pembelian dapat meningkat ialah bahwa metode pendekatan dan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya sudah menunjukkan hasil yang baik dan perlu dipertahankan.