

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh harga diskon terhadap niat beli melalui *store image*, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan pembahasan, maka pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif antara harga diskon dan *store image*. Artinya semakin banyak harga diskon yang ditawarkan, maka konsumen mempunyai persepsi yang semakin baik terhadap citra toko.
2. Terdapat pengaruh positif antara *store image* dan niat beli. Artinya semakin baik *store image* yang dibuat peritel kepada konsumen, maka semakin tinggi pula niat beli konsumen
3. Tidak ada pengaruh antara harga diskon terhadap niat beli melalui *store image*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *store image* tidak dapat memediasi pengaruh antara harga diskon dan niat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah ada, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih dalam mengenai mediasi *store image* dan harga diskon, karena kedua hal ini merupakan daya tarik peritel dalam menawarkan produk atau jasa yang ditawarkan.

2. Saran Praktis

1. Matahari *Department Store* dapat mempertahankan dan menambah variasi harga diskon, karena harga diskon dapat mempengaruhi *store image* yang baik sehingga konsumen mempunyai persepsi yang baik mengenai toko. Misalnya menjalin kerjasama dengan perbankan yang membuat kartu kredit khusus yang diperuntukan untuk konsumen Matahari *Department Store*.
2. Matahari *Department Store* juga harus lebih memperhatikan suasana toko yang menarik agar memberikan daya tarik untuk membeli pada konsumen dan memberikan kenyamanan dalam berbelanja di toko. Misalnya pada saat idul fitri Matahari *Department Store* lebih banyak menjual produk fashion bernuansa idul fitri atau membuka *space* khusus yang menjual produk fashion bernuansa idul fitri, begitu juga dengan *event-event* besar lainnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bao, Yongchuan *et al.*, 2010, *Motivating purchase of private brands: Effects of store image, product signatureness, and quality variation*, *Journal Of Business Research*, Vol. 64, pp 220-226.
- Cinta, A., 2013, *Awas !!! Terjebak Persepsi Hebohnya Harga Diskon*, diakses 7 Maret 2014, <http://zelts-consulting.com/awas-terjebak-persepsi-hebohnya-harga-diskon/>
- Faesol, A., 2014, *Efektivitas Diskon Dan Hadiah Sebagai Sarana Promosi Penjualan Untuk Menarik Niat Beli Konsumen Pada Bumbu Magic Lezat*, *Jurnal Management Bisnis* Vol.3 No 1
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andy Offset
- Faryabi, M., Sadeghzadeh, K., Saed, M., 2012, *The Effect of Price Discounts and Store Image on Consumer's Purchase Intention in Online Shopping Context Case Study: Nokia and HTC*, *Journal of Business Studies Quarterly* 2012, Vol. 4, No. 1, pp. 197-205.
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian. Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali.I & Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan *et al.*, 2013, *Analisis Pengaruh Store Name, Brand Name Dan Price Discounts Terhadap Purchase Intention Konsumen Infinte Tunjungan Plaza*
- Gupta, S., Cooper, L.G., 1992, *The Discounting of Discounts and Promotion Thresholds*, *Journal of Consumer Research* 1992, Vol.19, Desember 1992
- Hair, J.E. Jr. R.E., Anderson, R. L. Tatham dan W. C. Black, 2006, *Multivariate Data. Analysis*, New Jersey: Prentice-Hall International.

- Hasan, M. Iqbal., 2002, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor: Ghalia, Indonesia. <http://www.dskon.com/matahari-department-store/>
- Kotler, P., Keller, K.L., 2007, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, PT. Indeks
- Levy, Michael & Weitz, Barton A. (2009). *Retailing Management (7th Ed.)*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Lin, H.H., Wang, Y.S., 2013, *A Customer Equity Management Model for Private Brands*, 4th International Conference on Management, Economics and Social Sciences (ICMESS'2013) Oct. 12-13, 2013 Singapore
- Ma'ruf, Hendri, 2005, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Putra, N.E., 2012, *Analisis Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Lokasi terhadap Niat Beli Konsumen di Wadezig Distro Kota Padang*, <http://www.slideshare.net/dikaanurah/nandi-eko-putra06952025>
- Salam, D., 2013, *Matahari Department Store, Benahi Diri Tanpa Ubah Image dan Karakter*, diakses 9 Maret 2014, <http://www.the-marketeers.com/archives/matahari-department-store-benahi-diri-tanpa-ubah-image-dan-karakter.html>
- Silalahi, Gabriel, Amin., 2003, *Metodologi dan Studi Kasus*, cetakan pertama, Sidoarjo: CV. Citramedia Bianpoen.
- Sopiah, Syihabudhin, 2008, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Suzanawaty, L., Rizkalla, N., 2012, *The Effect Of Store Image And Service Quality On Private Level Brand Image And Purchase Intention*, ASEAN Marketing journal, Desember 2012-Vol IV-No.2
- Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono., 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Utami, C.W., 2006, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat