

## BAB 4

### SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang ada pada bab sebelumnya, maka bisa di ambil kesimpulan dari tiap sub pokok bahasan sebagai berikut :

#### 4.1 Implementasi *Low-Price Guarantee* Pada *Hypermarket*

Bahwa untuk bisa memenuhi target bisnisnya peritel harus bisa menentukan strategi yang tepat. Salah satu strategi itu adalah melalui iklan, yang mana sebuah iklan dalam toko ritel besar berada pada urutan pertama dan berperan besar di antara semua alat dalam bauran pemasaran (*promotion mix*), iklan juga berfungsi untuk memberikan informasi, membujuk pelanggan untuk datang pada toko, sehingga strategi iklan yang tepat untuk di terapkan pada hypermarket adalah *low-price guarantee*

#### 4.2 Pengaruh *Low-Price Guarantee* Terhadap Pelanggan

Dalam penerapannya *low-price guarantee* mempengaruhi pelanggan dari segi harga, karena kebanyakan pelanggan ritel merupakan tipe sensitif terhadap harga. *Low-Price Guarantee* memberikan janji kepada pelanggan apabila ada produk yang sama di pasaran dengan harga lebih rendah maka uangnya akan di kembalikan ataupun akan di beli kembali dengan harga dua kali lipatnya. Strategi *low-price guarantee* ini bisa lebih efektif apabila janji akan *refund* ataupun jaminan yang di berikan semakin menarik, sehingga

konsumen akan berpikir untuk kembali ke toko yang bersangkutan. Sebagai contoh jaminan yang bisa di berikan oleh *hypermarket* kepada konsumen antara lain :

1. Pemberian *refund* kepada pelanggan.
2. Pembelian kembali produk bersangkutan.
3. Pembelian kembali produk dengan melipat gandakan harga awal.

Dengan penerapan strategi *low price gurantee* ini di harapkan, sebuah *hypermarket* bisa memaksimalkan keinginan pelanggan untuk datang dan berbelanja pada toko, mengingat strategi ini berkaitan langsung dengan harga, yang mana harga tersebut juga di jamin merupakan harga terendah yang ada di pasaran, serta kondisi pelanggan yang kebanyakan merupakan tipe sensitif terhadap harga, dalam artian bahwa pelanggan akan memberikan perhatian yang lebih kepada sebuah *hypermarket*, apabila yang bersangkutan melakukan suatu perubahan yang cukup menarik terhadap harga produk yang di jual.

Bagi pihak *hypermarket* pun, penerapan strategi *low price guarantee* tidak bisa dengan enak nya di berlakukan pada semua lini produk yang ada di toko, karena hal ini akan mengakibatkan persaingan antara ritel modern lainnya menjadi tidak sehat, dan juga terhadap ritel tradisional yang mana akan sangat merugikan, di sebabkan kekuatan modal yang jauh di bawah *hypermarket*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arbatskaya, Maria., Hviid, Morten., and Shaffer, Greg. 2005. **On The Use of Low-Price Guarantees To Discourage Price-Cutting**. The Economics of Collusion and Tacit Collusion. (1-2 April 2005).
- Berman, Barry, Evans, Joel, R., 2004. **Retail Management : A Strategic Approach**. Ninth edition. Penerbit Prentice Hall. New Jersey.
- 
- \_\_\_\_\_, 1995. **Retail Management : A Strategic Approach**. Sixth edition. Penerbit Prentice Hall. New Jersey.
- Dutta, Sujay, and Biswas, Abhijit. 2005. **Effects of Low-Price Guarantees On Consumer Post-Purchase Search Intention : The Moderating Roles of Value Consciousness And Penalty Level**. Journal of Retailing 81 (4,2005) 283-291.
- [Http://www.justice.gov.gu/CompilerofLaws/GCA/18gca/18gc031.PDF](http://www.justice.gov.gu/CompilerofLaws/GCA/18gca/18gc031.PDF). **18 GCA BUSSINESS STRUCTURE & FUNCTION CH. 31 GUARANTY. 2**  
Agustus, Pukul 21.00.
- Levy, Michael, and Weitz, A., Barton, Ph.D., 2004. **Retailing Management**. Fifth edition. McGraw-Hill. New York.
- Manez, A., Juan. 2006. **Unbeatable Value Low-Price Guarantee : Collusive Mechanism or Advertising Strategy ?**. Journal of Economics And Management Strategy, 15 (1,2006), 143 – 166.
- Monroe, Kent, B.. 2003. **Pricing : Making Profitable Decisions**. Third edition. McGraw-Hill. New York
- Passewitz, R., Gregory, 2007. **Pricing**.  
. Ohio State University Fact Sheet. 18 Januari 2007,  
Pk.15.00
- Utami, Christina, Whidya., 2006. **Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern**. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.