

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah *Price Discount Framing* yang terdiri dari *actual price*, *reference price* dan *teks in frame* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen di Matahari Departement Store Bandar Lampung, hal ini didasarkan pada penjelasan berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian statistik secara bersama-sama diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,748 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, bila dibandingkan dengan F_{tabel} pada $n=100$ dan $k=3$ maka F_{tabel} sebesar 2,68. Karena $F_{hitung} (15,748) > F_{tabel} (2,68)$ maka secara serentak variabel bebas yang ada yaitu *actual price*, *reference price* dan *teks in frame* mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen produk pakaian wanita di Matahari Departement Store Bandar Lampung.
2. Dari ketiga variabel independen yang diuji, secara individual variabel *actual price* adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu dengan nilai koefisien sebesar 0,44 dengan rata-rata skor jawaban sebesar 411,33 dan mempunyai kriteria baik. Variabel berikutnya yang memiliki peranan kedua cukup besar adalah variabel *Teks In Frame*, yaitu dengan koefisien sebesar 0,339 dengan rata-rata skor jawaban

sebesar 424 dan mempunyai kriteria sangat baik. Variabel yang memiliki pengaruh terlemah terhadap keputusan pembelian adalah variable *reference price* yaitu dengan koefisien sebesar 0,310 dengan rata-rata skor jawaban sebesar 434,33 dan mempunyai kriteria sangat baik. Semua variabel independen dalam *Price Discount Framing* penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Matahari Departement Store Bandar Lampung.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai *Actual price*, ternyata masih ada konsumen yang menjawab tidak setuju dan jumlah skor jawaban responden untuk variabel *Actual price* memiliki nilai yang terkecil diantara variabel bebas lainnya, hal ini tidak sepenuhnya konsumen membeli pakaian produk wanita tidak hanya karena adanya diskon, untuk itu Matahari *Departement Store* Bandar Lampung selalu meningkatkan kualitas produknya serta memantau harga pesaing dengan begitu Matahari *Departement Store* Bandar Lampung bisa dengan tepat dalam memberikan *actual price* maupun *reference price*.
2. Matahari *Departement Store* Bandar Lampung diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan pelaksanaan unsur-unsur *Price Discount Framing* dengan lebih baik sehingga tetap berkesan di hati dan pikiran konsumen. Adapun unsur-unsur *Price Discount Framing* yang masih perlu ditingkatkan pelaksanaannya adalah unsur *reference price*. Peningkatan tersebut dapat dilakukan dengan cara lebih memperhatikan

dan tanggap terhadap apa yang dibutuhkan oleh setiap pengunjung yang datang seperti lebih menekankan kepada pegawai Matahari *Departement Store* Bandar Lampung untuk berkomunikasi lebih sering kepada konsumen tentang bagaimana kesan konsumen dalam melihat bingkai harga yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan obrolan ringan mengenai harga yang sekarang berlaku dan diskon yang sedang dilakukan.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian dengan menambah tempat penelitian tidak hanya pada Matahari *Departement Store* Bandar Lampung. Hal ini disebabkan karena penelitian ini masih bersifat lokal sehingga hasil penelitian dan kesimpulan hanya berlaku untuk populasi tertentu dan belum dapat berlaku untuk konsumen secara umum.