

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Secara parsial Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Mobil di PT. Mitsubishi Bosowa Berlian Kupang
- b. Secara parsial Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Mobil di PT. Mitsubishi Bosowa Berlian Kupang.

5.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi bukti empiris yang menjelaskan tentang analisis pengaruh harga jual dan gaya hidup terhadap minat beli, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat dijadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk mobil Mitsubishi di PT. Mitsubishi Bosowa Berlian Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang menyatakan bahwa Kotler (2008:519) pengertian “Harga jual adalah satu-satunya elemen yang dapat menghasilkan pendapatan, selain elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga adalah salah satu elemen yang fleksibel”. Sutojo (2009:58) harga jual merupakan bagian yang penting dan tidak dapat mengabaikan pemasaran jangka pendek dan menengah yang telah digariskan yaitu harga dan promosi. Penentuan harga produk yang dilakukan oleh pemilik usaha sangatlah berpengaruh pada

penjualan. Menurut Dharmmesta & Handoko (2014) harga jual merupakan faktor terkendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran. Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam suatu moneter. Harga merupakan peranan yang sangat penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun pembeli. Harga jual merupakan salah satu penentu keberhasilan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Hal ini membuktikan bahwa, Harga jual dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan transaksi pembelian dan tidak boleh dikesampingkan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penelitian terdahulu Puji Muniarty, Della Saputri, Aprianti, Devi Arisandi, Putri Wahyu Ikasanti dan Tri Wahyuni (2019). Dimana hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh Harga jual terhadap Minat Beli Masyarakat.

- b. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis yaitu Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk mobil Mitsubishi di PT. Mitsubishi Bosowa Berlian Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016:187) Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang sebagaimana diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Ini menggambarkan orang seutuhnya berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Setiadi (2010:148) Gaya Hidup didefinisikan sebagai, cara hidup yang didefinisikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penelitian terdahulu Fitri Dewi Afiany dan Imam Arif Fajari (2022). Dimana hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second di SA Thrift Shop Bandung.

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

a. Harga Jual

Dalam penelitian ini, tanggapan responden terendah ada pada indikator Saya mengetahui harga mobil Mitsubishi di PT. Mitsubishi Bosowa Berlian Kupang sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari produk. Dengan menentukan harga jual produk dengan tepat dapat meningkatkan jumlah penjualan produk. Dalam menentukan harga jual produk biasanya melibatkan beberapa faktor-faktor kunci tertentu, termasuk menentukan target pelanggan Anda, mengetahui berapa banyak pesaing dalam segmen produk yang sama, dan memahami hubungan antara kualitas dan harga. Diharapkan perusahaan dalam mempromosikan produknya harus lebih informatif dan spesifik agar para konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap produk. Hal ini akan lebih mudah untuk konsumen dalam menentukan pilihan agar sesuai dengan manfaat dalam aktivitasnya.

b. Gaya Hidup

Dalam penelitian ini, tanggapan terendah responden ada pada indikator Mobil Mitsubishi memiliki kenyamanan yang sesuai dengan yang diharapkan. Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dipengaruhi oleh

karateristik gaya hidup yaitu aktifitas dimana seseorang melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya seperti pekerjaan, hobi, belanja, hiburan, olahraga dan minat seseorang berdasarkan keinginan terhadap produk yang diinginkan, serta pendapat atau pandangan seseorang terhadap suatu produk yang akan dibeli sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Dengan demikian konsumen dalam memilih suatu produk akan memilih berdasarkan apa yang paling dibutuhkan dan sesuai dengan minat beli yang salah satunya adalah gaya hidupnya. Diharapkan perusahaan harus lebih dapat memahami kebutuhan konsumen, dengan membahkan atau memaksimalkan fasilitas dan aksesoris tambahan agar dapat memberi kenyamanan lebih kepada konsumen.

c. Minat Beli

Dalam Penelitian Ini, Tanggapan Terendah Responden ada Pada Indikator saya menyukai mobil mitsubishi yang ditwarkan PT. Mitsubishi Bosowa Berlian kupang karna dapat memberikan kenyamanan. Diharapkan Perusahaan dapat memaksimalkan atau menambahkan aksesoris atau teknologi tambahan agar dapat memberi kenyamanan lebih kepada konsumen.