

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Bagian ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan, disusun berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sebelumnya telah dijelaskan. Kesimpulan ini dibuat untuk menjawab dua rumusan masalah utama dalam penelitian, yaitu strategi penetapan harga dan faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen pada Konveksi Faoma Khoda di Kota Gunungsitoli. Penyusunan kesimpulan disajikan dalam bentuk poin-poin untuk memberikan kejelasan dan memudahkan pemahaman.

1. Strategi Penetapan Harga

Konveksi Faoma Khoda menerapkan strategi harga yang bersifat fleksibel, menyesuaikan harga berdasarkan jenis bahan, tingkat kerumitan desain, serta jumlah pesanan. Pendekatan ini mencakup empat aspek utama yaitu keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima konsumen. Meskipun strategi ini cukup adaptif terhadap kondisi pasar, kurangnya transparansi informasi harga di awal transaksi masih menjadi kendala yang dapat menimbulkan kebingungan bagi konsumen.

2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

Minat beli konsumen pada Konveksi Faoma Khoda dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat rasional maupun emosional. Berdasarkan indikator minat beli, yaitu transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif, ditemukan bahwa fleksibilitas harga, kualitas produk, pelayanan yang komunikatif, serta kepercayaan terhadap pihak konveksi menjadi alasan utama konsumen melakukan pembelian. Namun demikian, ketiadaan daftar harga tetap menimbulkan tantangan dalam proses penyampaian informasi, yang berdampak pada persepsi dan rekomendasi konsumen terhadap orang lain.

5.2. Saran

Saran-saran berikut disusun sebagai bentuk kontribusi dari peneliti kepada pihak-pihak yang terkait, baik pelaku usaha maupun pihak lainnya yang berkepentingan. Saran ini bertujuan untuk memberikan masukan yang konstruktif agar hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk peningkatan strategi dan pelayanan yang lebih baik di masa mendatang.

1. **Bagi Konveksi Faoma Khoda**

Disarankan untuk menyusun sistem informasi harga yang lebih jelas dan terstruktur, seperti menyediakan daftar harga dasar atau kisaran harga berdasarkan jenis produk dan bahan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi serta memudahkan konsumen dalam memahami komponen harga sejak awal, sehingga kepercayaan dan kepuasan konsumen dapat terjaga. Selain itu, pelatihan komunikasi kepada karyawan yang terlibat langsung dengan pelanggan juga penting dilakukan agar mereka dapat menjelaskan nilai produk dengan lebih efektif.

2. **Bagi Konsumen**

Konsumen diharapkan lebih aktif dalam mencari informasi terkait harga dan spesifikasi produk sebelum melakukan pemesanan. Proses konsultasi perlu dimanfaatkan sebaik mungkin agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam transaksi. Dengan komunikasi yang terbuka, kedua belah pihak dapat menemukan titik temu antara kebutuhan, kualitas, dan anggaran yang dimiliki.

3. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan awal bagi peneliti lain yang ingin meneliti topik serupa, khususnya terkait strategi harga dan minat beli di bidang konveksi atau usaha kecil menengah. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing faktor terhadap keputusan pembelian, atau memperluas objek penelitian ke lokasi dan jenis usaha lain untuk memperkaya sudut pandang dan data.