

## ABSTRAKSI

Setiap manusia selalu berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan hidup dengan sebaik-baiknya. Usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menyebabkan penawaran barang semakin kompleks baik dari segi macam maupun jumlahnya. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana sebuah strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi dengan konsumen yaitu membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting seiring dengan semakin tinggi dan meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan tidak mengetahui bagaimana cara pemasaran yang tepat, maka memungkinkan perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk dapat menjaring konsumen.

Sebagai upaya melanjutkan eksistensi perusahaannya serta keberlangsungan hidup usahanya, maka perusahaan harus dapat meningkatkan penjualannya untuk meraih laba sebesar-besarnya. Hal ini bisa terwujud dengan strategi pemasaran serta pemakaian kebijakan yang dapat mendorong konsumen melakukan tindakan pembelian. Kebijakan yang dapat dilakukan adalah menerapkan potongan harga, dan memperhatikan tata letak.

Potongan Harga dan tata letak merupakan faktor yang harus dikontrol secara berkesinambungan demi meningkatkan minat konsumen dan juga pengambilan keputusan dalam pembelian produk. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting seiring dengan semakin tinggi dan meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan tidak mengetahui bagaimana cara pemasaran yang tepat, maka memungkinkan perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk dapat menjaring konsumen. PT. Ramayana Kupang adalah salah satu jaringan toko PT. Ramayana terbesar di Kupang yang menjual produk sandang dan kebutuhan

pangan sehari-hari seperti pakaian dan aksesoris pria, wanita dan anak-anak, termasuk barang-barang fashion lainnya, seperti sepatu, mainan anak-anak, barang-barang kebutuhan rumah tangga, alat-alat tulis dan bahan makanan yang juga disediakan di PT. Ramayana. PT. Ramayana Kupang didirikan pada tahun 2003, berlokasi di jalan W.J. Lalamentik, Oebobo), Kupang, Nusa Tenggara Timur, kode pos 85111. Keunikan PT. Ramayana tidak hanya menawarkan produk - produk fashion untuk segmen kelas menengah ke bawah tetapi Perusahaan juga telah bertransformasi dan membangun versi Ramayana baru yang merujuk ke segmen kelas lebih tinggi ini telah di buktikan dengan pembukaan Ramayana Prime, sebuah target berbelanja yang lengkap dan menawarkan produk - produk fashion bermerek.

Sesuai latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh potongan harga dan tata letak terhadap keputusan pembelian pakaian anak bayi di PT. Ramayana Kota Kupang.

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian pakaian anak bayi di PT. Ramayana Kupang, untuk mengetahui pengaruh tata letak terhadap keputusan pembelian anak bayi di PT. Ramayana Kupang.

Konsep teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Potongan Harga dalam penelitian ini potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu.
- b. Tata letak adalah satu dari beberapa keputusan kunci yang menentukan efisiensi operasional perusahaan dalam jangka waktu yang relative panjang.
- c. Keputusan pembelian yaitu proses dalam mengambil keputusan untuk membeli, dimana calon konsumen menjatuhkan pilihan, memutuskan pembelian, dan memberikan kepuasan akan keinginan dan kebutuhan.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen atau pembeli dari PT. Ramayana Kupang yang terpilih sebanyak 96 orang responden dalam

penelitian ini. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebesar 96 orang responden. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan metode survei berupa penyebaran kuesioner kepada responden. Data yang dibutuhkan berupa berupa data primer dan data sekunder

Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara persial Variabel Potongan Harga diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak Bayi di PT.Ramayana Kupang, secara persial Variabel tata letak diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak Bayi di PT.Ramayana Kupang.

**Kata Kunci : Potongan Harga, Tata Letak, Keputusan Pembelian**