

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan landasan teori dan disertai dengan hasil penelitian yang telah di bahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Potongan Harga diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pakaian Bayi pada PT.Ramayana Kupang.
2. Variabel Tata Letak diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pakaian Bayi pada PT.Ramayana Kupang.

#### **1.2 Implikasi Teoritis**

Implikasi teoritis dapat diambil dari penelitian skripsi ini memuat teori pendukung sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian, teori yang saya pakai sesuai dengan teori dari Keller (2017), dimana jika suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan Potongan Harga yang ada maka konsumen yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan membeli produk tersebut dengan tawaran Potongan harga yang ada.

Hasil dari penelitian saya juga mendukung teori dari Keller (2017). Hasil Penelitian saya juga menguatkan peneletian terdahulu yang digunakan oleh Cindy Ayu (2018).

- b. Berdasarkan hasil penelitian, teori yang saya pakai sesuai dengan teori dari Lupiyoadi (2017), dimana Tata Letak tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian, namun Tata Letak juga akan meningkatkan pembelian konsumen karena kenyamanan yang dirasakan ketika berbelanja.

Hasil penelitian saya mendukung teori Lupiyoadi, (2017). Hasil penelitian saya juga menguatkan penelitian terdahulu yang digunakan oleh Nanda Turang (2019).

### **5.3 Implikasi Terapan**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil yang diperoleh maka saran yang ini dapat menjadi bahan masukan yaitu:

1. Bagi PT. Ramayana agar dapat terus menerapkan potongan harga yang mampu menarik pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian agar dapat menguntungkan pihak PT. Ramayana, baik dalam penyusunan Tata Letak yang dilakukan juga harus diperhatikan agar semenarik mungkin dan memudahkan konsumen dalam mengambil Keputusan Pembelian dan juga PT. Ramayana diharapkan mampu membaca peluang usaha yang ada dan mampu melihat resiko-resiko dalam menjalankan bisnisnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, Sebaiknya memperluas dan menambah wawasan dalam penelitian selanjutnya sehingga dapat memperoleh hasil yang variatif dan memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis, sehingga peneliti mampu mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Keputusan

pembelian. Contoh variabel yang harus di teliti lebih lanjut yaitu seperti promosi agar dapat mengetahui bagaimana PT.Ramayana Kupang mempromosikan barang yang ada sehingga dapat membuat pembeli lebih memilih membeli di PT.Ramayana Kupang dibandingkan toko lainnya. Dan apakah dengan adanya tambahan variabel promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada PT.Ramayana Kupang.