

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Variabel Tata Letak Produk diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Coopmart PKPRI di Kupang.
2. Variabel Harga diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Coopmart PKPRI di Kupang.
3. Variabel Kelengkapan Produk diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Coopmart PKPRI di Kupang.

5.2 Implikasi Teoritis

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

- a. Menurut Alma (2014 : 189) Memajangkan produk di dalam toko dan etalase, memiliki pengaruh besar terhadap penjualan. Dimana kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja saat ini tidak hanya sebagai kegiatan fungsional hanya membeli barang-barang saja, tetapi juga kegiatan untuk mengisi waktu atau melepas penat. Sehingga ketika konsumen dalam suatu toko, konsumen tidak hanya

memberikan penilaian kepada produk yang ditawarkan tetapi juga akan memberikan penilaian terhadap kreativitas penciptaan display produk toko.

Pendapat ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa tata tata letak produk mempunyai kemampuan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Coopmart Pusat Koperasi Pegawai Republik Indonesia (PKPRI) Kota Kupang.

- b. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga. Menurut kotler dan Amstrong (2014) harga merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan dan suatu kebutuhan. Dengan begitu dapat menjadi dasar konsumen untuk melakukan pembelian.

Pendapat ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa harga mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Coopmart Pusat Koperasi Pegawai Republik Indonesia (PKPRI) di Kupang.

- c. Menurut utami (2010 : 162) Mengemukakan defenisi kelengkapan produk adalah keragaman produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di

toko, penyediaan kelengkapan produk yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Pendapat ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa kelengkapan produk mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Coopmart Pusat Koperasi Pegawai Republik Indonesia (PKPRI) di Kupang.

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka penelitian dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Dengan demikian pernyataan pada variabel pemilihan tata letak produk adalah Penataan produk di Coopmart PKPRI tersusun dengan menarik di kategorikan masih rendah, oleh karena itu saran bagi Coopmart PKPRI agar dapat memperhatikan tata letak produk agar kedepannya tetap berkembang dalam segi interior untuk merancang ruangan sehingga dapat maksimal dan dapat memberikan kesan yang mempengaruhi perasaan konsumen.
2. Dengan demikian pernyataan pada variabel harga adalah Coopmart memiliki potongan harga khusus setiap akhir tahun di kategorikan masih rendah, oleh karena itu saran bagi Coopmart PKPRI Kupang agar tetap mempertahankan harga yang cocok untuk menarik konsumen.
- 2 Dengan demikian pernyataan pada variabel kelengkapan produk adalah Produk yang ditawarkan di Coopmart PKPRI memiliki berbagai macam

merek di kategorikan masih rendah, oleh karena itu saran bagi Coopmart PKPRI Kupang agar tetap berkembang dalam menambah varian produk yang berbeda sehingga dapat memberikan kesan terhadap konsumen bahwa Coopmart PKPRI Kupang menjual produk yang lengkap.

- 3 Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya mengenai Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga, dan Kelengkapan Produk Pada Coopmart Pusat Koperasi Pegawai Republik Indonesia (PKPRI) di Kupang.