BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam membeli ayam broiler di Kelurahan Liliba Kota Kupang.
2. Tingkat pembelian juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam membeli ayam broiler di Kelurahan Liliba Kota Kupang.

5.2 Implikasi Teoritis

Berikut ini dijelaskan implikasi teoritis berdasarkan kerangka dasar penelitian dalam penelitian ini.

Teori yang dikemukakan oleh Mc. Carthy yang dikenal dengan teori Empat P atau *Four Ps (Product, Price, Place, dan Promotion)*, untuk harga (*price*) dikatakan bahwa pengukuran kesesuaian harga yang diukur melalui tingkat harga, potongan harga dan metode pembayaran dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Ketika harga yang ditawarkan sesuai dengan kriteria harga yang pelanggan inginkan maka akan membuat mereka kembali untuk membeli sehingga akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk ayam broiler. Mengacu pada teori tersebut maka hasil penelitian ini mendukung teori tersebut

bahwa harga jual dan tingkat pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan dalam membeli ayam broiler di Kelurahan Liliba Kota Kupang.

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan kesimpulan di atas maka terdapat beberapa saran yang perlu dipaparkan yakni sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha Ayam Broiler di Kelurahan Liliba Kota Kupang

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, maka pengusaha ayam broiler di Kelurahan Liliba perlu memperhatikan kesesuaian harga jual, lebih kreatif dalam melakukan promosi baik melalui media cetak, dan media elektronik dan online, serta terus berupaya untuk melakukan pelayanan dengan kualitas semaksimal mungkin dengan tujuan untuk mendorong pembelian ulang terhadap produk ayam broiler, meningkatkan penjualan dan menarik perhatian konsumen.

2. Bagi Peneliti Lanjutan

Mengingat variabel dalam penelitian hanya terbatas pada harga jual dan tingkat pembelian, maka perlu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lainnya guna memperluas bidang penelitian. Selain itu, apakah dengan adanya penambahan variabel dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan atau tidak.