

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Singkat Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat Zyshoes.id Bojonegoro

Toko Zyshoes.id bermula dari pemilik toko yang bernama Dwi Ariani Pratiwi yang awal mulanya sedang menempuh pendidikan di Universitas Brawijaya yang berada di Malang. Selama menempuh pendidikan di Malang Ibu Dwi Ariani Pratiwi sempat mengalami kegundahan dikarenakan tidak pernah tinggal sendiri dikota besar sehingga membuat kakaknya yaitu Ibu Ayu Rahmawati harus mengambil jalan untuk menemani adiknya yang sedang menempuh pendidikan di Universitas Brawijaya Malang.

Suatu hari di tahun 2016, Ibu Dwi Ariani Pratiwi dan Ibu Ayu Rahmawati pada saat berjalan-jalan di Malang mereka melihat salah satu toko yang terdapat banyak sekali pelanggan, dan mereka memutuskan untuk mengantri masuk ke toko tersebut. Setelah cukup lama mengantri, mereka masuk dan melihat isi didalam toko yang ternyata toko tersebut menjual berbagai macam alas kaki salah satunya adalah sandal. Alas kaki ditoko tersebut tergolong memiliki harga yang cukup murah untuk ukuran kawasan kota besar di Malang. Setelah merasa cukup melihat bagian di dalam toko, Ibu Dwi Ariani Pratiwi memutuskan untuk membeli beberapa produk alas kaki di toko tersebut.

Beberapa hari selanjutnya, mereka berdua mengunggah salah satu foto dengan menggunakan alas kaki yang mereka beli sebelumnya. Pada saat itu juga banyak sekali orang yang bertanya mengenai alas kaki tersebut, sehingga mereka berfikir untuk menjual alas kaki tersebut di Kota Bojonegoro.

Zyshoes.id berdiri pada tahun 2016 yang awalnya hanya menjual produk seperti *sandals*, *flatshoes*, *heels*, *slip on* dan *wedges* hanya melalui online kemudian pada tahun 2017 Zyshoes.id memiliki *offline store* di Jalan Panglima Polim, Sumbang, Bojonegoro, sebuah toko kecil yang hanya mempunyai luas sepetak yang bahkan tidak terdapat toilet ditoko tersebut. Toko Zyshoes.id awalnya dikelola oleh kakaknya Ibu Dwi Ariani Pratiwi yaitu Ibu Ayu Rahmawati, sedangkan Ibu Dwi Ariani Pratiwi harus melanjutkan pendidikan yang setiap seminggu sekali pulang ke Bojonegoro untuk membawa beberapa produk yang akan dijual di tokonya. Toko Zyshoes.id berada dikawasan anak sekolah dan disamping Masjid Islamic Center Bojonegoro, sehingga konsumen dari Toko Zyshoes.id mayoritas anak-anak sekolah saja.

Ditahun 2017 toko Zyshoes.id masih berada dijalan panglima polim yang mengalami beberapa kendala seperti sepi pembeli dan barang yang terjual tidak sebanyak seperti tahun lalu sehingga terdapat penumpukan barang yang tidak dapat dijual lagi dikarenakan produk sudah tidak mengikuti perkembangan zaman anak muda pada saat itu.

Ditahun 2018 berkat kerja keras Ibu Dwi Ariani Pratiwi beserta kakaknya Ibu Ayu Rahmawati, toko Zyshoes.id mengalami kemajuan dan kemudian berpindah lokasi di Jalan Gajah Mada No A-1, Sukorejo, Bojonegoro. Toko Zyshoes yang sekarang jauh lebih luas dibandingkan dengan toko yang sebelumnya, ditoko yang baru Zyshoes.id tidak hanya menjual alas kaki saja tetapi juga menjual tas seperti *sling bag*, *hand bag*, *shoulder bag* dan *mini bag*. Lokasi toko Zyshoes.id yang baru juga cukup strategis menghadap utara didekat jalan raya dan lampu lalu lintas sehingga memungkinkan konsumen melihat dan merasa penasaran lalu akhirnya konsumen tersebut akan mengunjungi toko Zyshoes.id.

Pada tahun 2019 hingga tahun 2021 toko Zyshoes.id mengalami kendala seiring bersamaan dengan terjadinya covid-19, penjualan turun drastis bahkan dapat dikatakan rugi secara financial. Dari tahun 2019 hingga tahun 2021 selama berlangsungnya covid-19 toko Zyshoes.id tidak pernah tutup dan berharap adanya kenaikan penjualan meskipun sedikit. Toko Zyshoes.id juga membuka sistem *Delivery Order* untuk wilayah Bojonegoro kota agar konsumen dapat berbelanja dengan mudah tanpa datang ketoko secara langsung. Akan tetapi cara tersebut juga tidak dapat menaikkan penjualan ditoko Zyshoes.id.

Di tahun 2023 Zyshoes.id kembali bangkit untuk mengembangkan dan menaikkan penjualan melalui pemberian potongan harga, bertepatan dengan pemindahan toko ke tempat baru, lokasi toko

yang baru berada di samping toko sebelumnya dengan alamat yang masih sama yaitu di Jalan Gajah Mada No A-1, Sukorejo, Bojonegoro.

Zyshoes.id saat ini tidak hanya dikelola oleh Ibu Dwi Ariani Pratiwi dan kakaknya Ibu Ayu Rahmawati saja tetapi juga memiliki 2 orang karyawan dengan sistem *shift*, yaitu *shift* 1 jam kerjanya mulai pukul 09.00-15.00 WIB, sedangkan *shift* 2 jam kerjanya mulai pukul 15.00-21.00 WIB. Konsumen Zyshoes.id Bojonegoro terdiri dari kalangan remaja sampai dewasa, tetapi mayoritas konsumennya adalah siswi SMA dan mahasiswi yang ada di Bojonegoro, saat ini juga muncul pesaing-pesaing baru Toko Zyshoes.id yang ada di Bojonegoro seperti Candy Bojonegoro yang berlokasi di Jalan Pemuda Timur, Ngrowo, Bojonegoro dan Alsha Collection Bojonegoro yang berlokasi di Jalan Panglima Polim, No.55, Sumbang, Bojonegoro. Pesaing tersebut sama-sama menjual produk alas kaki dengan harga yang tidak jauh berbeda dengan Zyshoes.id Bojonegoro, yaitu mulai dari Rp. 35.000,- s.d Rp. 85.000,-, adanya pesaing tersebut Zyshoes.id Bojonegoro membuat strategi pemasaran berupa pemberian potongan harga yaitu yang dilakukan bertepatan pada saat pemindahan toko ke tempat yang baru, para pembeli akhir mendapatkan potongan harga sebesar Rp. 5.000,- s/d Rp. 10.000,- per produk, selain itu *reseller* juga mendapatkan potongan harga sebesar Rp. 5.000,- per produk dan pembelian grosir mendapatkan potongan sebesar Rp. 5.000,- s/d Rp. 10.000,- per produk.

2. Visi dan Misi Zyshoes.id Bojonegoro

Zyshoes.id Bojonegoro memiliki visi dan misi sebagai berikut:

a. Visi :

Menjadi toko yang menjual alas kaki yang mampu bersaing dan memberikan kesan puas dihati konsumen.

b. Misi :

- 1) Mampu memberikan pelayanan yang baik agar konsumen puas dan nyaman.
- 2) Mampu menyediakan variasi produk alas kaki yang mengikuti tren masa kini dengan harga yang *affordable*.

3. Profil Umum Zyshoes.id Bojonegoro

Nama Usaha : Zyshoes.id
Tahun Berdiri : Februari 2016
Alamat : Jalan Gajah Mada No A-1, Sukorejo,
Bojonegoro, 62115
Nama Pemilik Usaha : Dwi Ariani Pratiwi
Bidang Usaha : Perdagangan alas kaki
Instagram : @Zyshoes.id
Shopee : Zyshoes
WhatsApp : 0881026777320

Logo Toko Zyshoes.id Bojonegoro berupa gambar yang mewakili Zyshoes.id agar mudah untuk diingat oleh konsumen, logo Zyshoes.id Bojonegoro dapat dilihat pada gambar 2 berikut :



Gambar 3.
Logo Zyshoes.id

4. Struktur Organisasi Zyshoes.id Bojonegoro

Dalam menjalankan suatu bisnis diperlukan struktur organisasi, struktur organisasi merupakan suatu badan yang menggambarkan jabatan atau kedudukan dari jabatan yang tertinggi sampai pada yang paling rendah. Struktur organisasi sangat penting dan sangat berperan demi suksesnya beberapa kegiatan pada suatu bisnis, yang bertujuan agar antara kegiatan satu dengan kegiatan lainnya lebih teratur dan terarah. Dalam struktur organisasi masing-masing menjalankan tugas dan kewajiban sesuai dengan jabatannya. Struktur organisasi yang ada di Zyshoes.id Bojonegoro bisa dilihat pada gambar 3 berikut :



Gambar 4.
Struktur Organisasi Toko Zyshoes.id Bojonegoro

5. Job Description

a) Tugas Pemilik Toko

- 1) Mengelola dan memantau operasional toko setiap harinya.
- 2) Melakukan pengawasan terhadap kinerja karyawan toko.
- 3) Memberikan keputusan apabila terjadi suatu masalah.

b) Tugas Kepala Toko

- 1) Mengelola toko dan menjadi admin media sosial Zyshoes.id.
- 2) Membuat konten semenarik mungkin yang nantinya akan diunggah pada media sosial Zyshoes.id.
- 3) Mencatat persediaan barang digudang

c) Tugas Karyawan Toko

- 1) Mengecek Barang datang dan barang keluar dan mencatat pesediaan barang digudang.
- 2) Memberikan pelayanan kepada para konsumen

Pelayanan yang baik oleh karyawan membuat konsumen merasa nyaman ketika melakukan pembelian di Zyshoes.id, selain itu suasana toko yang bersih dan rapi membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian kembali, suasana tampak depan Toko Zyshoes.id Bojonegoro bisa dilihat pada gambar 4 berikut :



Gambar 5.
Tampak Depan Toko Zyshoes.id

B. Hasil Penelitian dan Analisis Data

Berdasarkan dari data pada tabel 3 dan tabel 4 yaitu dengan menggunakan data potongan harga pada tabel 3 dan data tingkat penjualan pada tabel 4 sebagai perhitungan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara potongan harga terhadap tingkat penjualan. Berikut adalah hasil analisis data yang diolah dengan bantuan SPSS 26 :

1. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh antara satu variabel bebas (potongan harga) dengan satu variabel terikat (tingkat penjualan) atau untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependent dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independent atau tidak. Berikut adalah hasil dari uji regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 26 dapat dilihat pada tabel 6 :

Tabel 7
Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1354.879	209.765		-6.459	.000
	Potongan Harga	6.800	.470	.977	14.462	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 6, untuk persamaan regresi dapat diselesaikan dengan cara berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = -1354.879 + 6.800X$$

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar -1354.879 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat potongan harga (X) bernilai 0, maka tingkat penjualan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -1354.879. Koefisien regresi (b) sebesar 6.800 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya jika potongan harga ditingkatkan sebesar 1% maka akan meningkatkan tingkat penjualan sebesar 6.800 satuan. Maka arah pengaruh variabel potongan harga memberikan kontribusi atau ada keterlibatan peningkatan pada variabel tingkat penjualan karena koefisien regresi tersebut bernilai positif.

2. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi secara parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan. Berikut adalah hasil dari uji signifikansi secara parsial (uji t) dengan SPSS 26 dapat dilihat pada tabel 7 :

Tabel 8
Hasil Uji t

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1354.879	209.765		-6.459	.000
Potongan Harga	6.800	.470	.977	14.462	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan SPSS 26, 2024

Untuk membuktikan hipotesis maka nilai t_{hitung} yang diperoleh pada tabel 7 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Untuk taraf kesalahan 5% uji dua pihak dan derajat kebebasan ($dk = n$ (jumlah sampel) – 2 (jumlah variabel)). $dk = 12 - 2 = 10$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,228, untuk menilai hasil uji t dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $P_{value} < 0.05$ berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau $P_{value} > 0,05$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = 14.462$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh (parsial) potongan harga terhadap tingkat penjualan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 14,462 > t_{tabel} 2,228$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel potongan harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

3. Analisis Korelasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya antar variabel, arah dinyatakan dalam bentuk positif atau negatif, sedangkan kuat lemahnya hubungan ditentukan dalam besarnya koefisien korelasi, dalam penelitian ini variabel dikatakan korelasi apabila perubahan variabel bebas (potongan harga) disertai dengan perubahan variabel terikat (tingkat penjualan). Berikut adalah hasil dari perhitungan korelasi dengan menggunakan SPSS 26 dapat dilihat pada tabel 8 :

Tabel 9
Hasil Analisis Korelasi Sederhana

Correlations			
		Tingkat Penjualan	Potongan Harga
Pearson Correlation	Tingkat Penjualan	1.000	.977
	Potongan Harga	.977	1.000
Sig. (1-tailed)	Tingkat Penjualan	.	.000
	Potongan Harga	.000	.
N	Tingkat Penjualan	12	12
	Potongan Harga	12	12

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 8, untuk persamaan korelasi dapat diselesaikan dengan cara berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum Y) (\sum X)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = 0,977$$

Dari hasil perhitungan diatas maka didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,977 yang menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang positif antara variabel potongan harga dan tingkat penjualan. Setelah

diketahui nilainya maka untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya adalah dengan pedoman tabel 5 (pedoman derajat koefisien korelasi), yakni terletak pada 0,80 - 1,000 yang berarti hubungan sangat kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi atau semakin banyak potongan harga yang diberikan Zyshes.id maka tingkat penjualan juga akan meningkat.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen, koefisien determinasi (R^2) digunakan dengan tujuan untuk menentukan bagaimana presentase total variasi dalam variabel dependen yang dipresentasikan oleh variabel independen. Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan SPSS 26 dapat dilihat pada tabel 9 :

Tabel 10
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.977^a	.954	.950	312.550
a. Predictors: (Constant), Potongan Harga				

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 9, untuk persamaan koefisien determinasi (R^2) dapat diselesaikan dengan cara berikut:

$$KD = (R)^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,977)^2 \times 100\%$$

$$KD = 95,4\%$$

Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 95,4%, yaitu artinya variabel potongan harga memberikan kontribusi sebesar 95,4% terhadap variabel tingkat penjualan, sedangkan sisanya sebesar 4,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

C. Pembahasan

Menurut Adisaputro (2014: 18), strategi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan, sasaran yang telah ditentukan dengan cara menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antara berbagai tujuan yang ingin dicapai, kemampuan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya. Keserasian seperti ini memang perlu dijaga, namun tidak tertutup untuk berubah dan diperbaiki bilamana lingkungan pemasaran yang dihadapi mengalami perubahan. Dengan demikian, strategi pemasaran harus bersifat dinamis, fleksibel, dan memiliki kelayakan untuk dilaksanakan. Teori tersebut sesuai dengan situasi Zyshoes.id Bojonegoro pada saat adanya pesaing baru yang bisa menjadi ancaman bagi Zyshoes.id pada saat itu, dengan adanya ancaman tersebut Zyshoes.id memperbaiki sistem promosi produknya yang awalnya hanya memberikan potongan harga hanya pada pembelian grosir dan

reseller pada saat bertepatan dengan pemindahan store baru pada bulan November 2023 Zyshoes.id memberikan potongan harga sebesar Rp. 5.000,- s.d Rp. 10.000,- per produknya.

Potongan harga yang diberikan oleh Toko Zyshoes.id Bojonegoro untuk para konsumennya ada tiga jenis potongan harga, pertama potongan harga grosir yaitu pembelian dengan jumlah banyak, kedua potongan harga reseller yaitu pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli dengan tujuan akan dijual kembali dan yang ketiga potongan harga pada hari tertentu seperti akhir tahun dan ketika ada pemindahan toko ke tempat baru untuk para pembeli akhir, hal tersebut sesuai dengan teori dari Kotler & Armstrong (2004: 473) yang menyatakan terdapat beberapa jenis potongan harga yang dapat diberikan diantaranya, quantity discount yaitu pengurangan harga untuk konsumen yang membeli dalam jumlah besar, seasonal discount yaitu pengurangan harga untuk konsumen yang membeli barang pada hari-hari tertentu dan functional discount yaitu pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli untuk dijual kembali atau biasa disebut dengan reseller.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa potongan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik dalam penelitian ini yaitu pada uji t nilai $t_{tabel} = 2,228$ pada uji dua pihak taraf signifikansi 5%, diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 14,462$. Nilai $t_{hitung} 14,462 > t_{tabel} 2,228$ dan nilai signifikansi sebesar $0.00 < 0.05$. Hal ini menunjukkan potongan harga memiliki pengaruh

yang positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan di Toko Zyshoes.id Bojonegoro.

Hasil perhitungan regresi linier sederhana dari penelitian ini didapatkan nilai (a) atau konstanta sebesar -1354.879 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat potongan harga (X) bernilai 0, maka tingkat penjualan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -1354.879. Koefisien regresi (b) sebesar 6.800 yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya jika potongan harga ditingkatkan sebesar 1% maka akan meningkatkan tingkat penjualan sebesar 6.800 satuan. Hal tersebut menunjukkan ketika tidak ada potongan harga pada Toko Zyshoes.id Bojonegoro tingkat penjualan akan mengalami penurunan sebesar -1354.879 sedangkan ketika potongan harga ditingkatkan sebesar 1%, tingkat penjualan pada Toko Zyshoes.id Bojonegoro akan mengalami peningkatan sebesar 6.800.

Hasil perhitungan korelasi dalam penelitian ini didapatkan nilai sebesar 0,977 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel potongan harga dan tingkat penjualan. Dengan pedoman derajat korelasi pada tabel 5, nilai tersebut berarti memiliki hubungan sangat kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi atau semakin banyak potongan harga yang diberikan Zyshoes.id maka tingkat penjualan juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel potongan harga terhadap tingkat penjualan.

Hasil perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 95,4%, yaitu artinya variabel

potongan harga memberikan kontribusi sebesar 95,4% terhadap variabel tingkat penjualan, sedangkan sisanya sebesar 4,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Hal ini menunjukkan potongan harga di Toko Zyshoes.id Bojonegoro memberikan kontribusi yang cukup besar yaitu 95,4% terhadap tingkat penjualan.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori dari Assauri (2015: 232) yang menyatakan bahwa potongan harga merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen untuk membeli, potongan harga sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan hasil penerimaan penjualan. Teori tersebut sesuai dengan yang terjadi pada Toko Zyshoes.id Bojonegoro pada saat adanya potongan harga jumlah penjualan Zyshoes.id juga mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saragih (2019) dengan judul, pengaruh pemberian harga diskon terhadap volume penjualan pada PT.Alas kaki Bata Tbk. Cabang Pematangsiantar, dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel harga diskon berpengaruh positif terhadap variabel volume penjualan pada PT.Alas kaki Bata Tbk. Cabang Pematangsiantar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh pemberian potongan harga terhadap tingkat penjualan pada Toko Zyshoes.id Bojonegoro, maka dapat diambil kesimpulan yaitu pemberian potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan di Toko Zyshoes.id Bojonegoro. Artinya ketika ada potongan harga di Toko Zyshoes.id maka tingkat penjualan juga akan mengalami peningkatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diajukan saran yang dihaapkan dapat meningkatkan penjualan, sebagai berikut:

1. Bagi Zyshoes.id Bojonegoro sebaiknya terus meningkatkan strategi dengan memberikan potongan harga untuk menarik minat para pelanggan, dan untuk media pemasaran produk Zyshoes.id sebaiknya lebih mengikuti perkembangan tren yang ada, seperti media sosial tiktok, agar nantinya masyarakat dapat lebih mengenal Zyshoes.id Bojonegoro.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan seperti iklan dan dijadikan sebagai rujukan yang berkaitan dengan masalah yang sama, sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti mengenai pengaruh potongan harga terhadap tingkat penjualan.