

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1 Dari hasil perhitungan regresi linear sederhana didapat hasil yang dapat ditulis dengan rumusan $Y = 219646,687 + 0,023 X$. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai koefisien arah regresi (b) adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel biaya promosi di tingkat 1 satuan maka nilai Y mengalami kenaikan 0,023 rupiah. Hal ini menjelaskan bahwa kenaikan nilai variabel (X) memberikan kontribusi peningkatan pada nilai Y. Selanjutnya hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,723 yang berarti biaya promosi memberikan pengaruh besar 72.3% terhadap volume penjualan. Adapun analisis koefisien korelasi (R) antara variabel biaya promosi dengan variabel omset penjualan pada tahun 2016 berkorelasi sebesar 0,850 yang berarti terjadi hubungan yang kuat dan signifikan pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan.
- 2 Promosi yang dilakukan oleh CV Hero Sukses Makmur melalui media melalui iklan, radio, surat kabar dan televisi. Selain itu dengan periklanan menggunakan browser yang disebarakan kepada masyarakat pemasangan poster, spanduk, baliho dan billboard di tempat yang strategis juga dilakukan.
- 3 Biaya promosi pada CV Hero Sukses Makmur mengalami peningkatan. Dari tahun 2013-2014 biaya promosi Yamaha Sudirman Motor mengalami

kenaikan. Pada tahun 2014 kegiatan promosi menghabiskan dana sebesar Rp.17.000.000, selanjutnya pada tahun 2015 naik menjadi Rp.30.350.000, dan untuk tahun 2016 sebesar Rp.40.750.000.

- 4 Volume penjualan pada CV Hero Sukses Makmur juga mengalami peningkatan dari tahun 2014-2016 volume penjualan mengalami peningkatan pada tahun 2014 volume penjualan mencapai 6.120 unit, tahun 2016 sebesar 7.128 unit, dan pada tahun 2016 sebesar 8.475 unit. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor yaitu :

- a. Faktor intern

Faktor intern yang mempengaruhi volume penjualan perusahaan yaitu aktivitas penjualan perusahaan, kegiatan distribusi, kegiatan promosi perusahaan, kualitas atau mode, dan penentuan harga jual produk.

- b. Faktor eksternal

Faktor ekstern yang mempengaruhi volume penjualan perusahaan misalnya dan daya beli konsumen dan selera masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- 1 Perusahaan hendaknya terus melakukan kegiatan promosi dengan media yang selama ini digunakan. Di samping itu perlu juga dipertimbangkan untuk melakukan promosi yang lebih bervariasi tetapi dengan biaya promosi yang tidak terlalu besar. Misalnya dengan cara memberikan diskon atau potongan harga untuk pembelian dalam volume banyak.
- 2 Meskipun hasil penelitian menunjukkan ada perubahan positif b promosi terhadap volume penjualan, akan tetapi perlu dilakukan evaluasi kegiatan promosi di tahun-tahun mendatang untuk mengetahui efektivitas media promosi yang dilakukan perusahaan.
- 3 Promosi di masa yang akan datang lebih baik lagi jika menggunakan media promosi melalui internet misalnya jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan lain-lain.