BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisa pada Bab IV kesimpulan yang didapat penulis ambil adalah sebagai berikut :

1.a. Dengan r = 0,98, berarti bahwa antara promosi penjualan dengan nilai penjualan terdapat hubungan yang kuat dan positif.

b. Dengan r^2 = 0,96, berarti 96% dipengaruhi oleh promosi penjualan, sisanya oleh faktor lain.

c. Dengan test hipotesa terbukti bahwa memang ada hubungan antara promosi penjualan dengan nilai penjualan, karena t_o berada dalam daerah yang diterima.

d. Dari analisa regresi diketahui bahwa :

Y= 133,272 + 97,47

Ini berarti bahwa tambahan dana atau biaya promosi penjualan akan meningkatkan nilai penjualan.

2. Dalam melaksanakan kegiatan promosi khususnya promosi penjualan, perusahaan mengalami kendala yang terletak pada kemampuan tenaga pemasaran, khususnya tenaga pelaksana yang dinilai kurang profesional.

3. Dengan adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh peusahaan akan dapat mempengaruhi para konsumen agar tertarik pada produk yang dijual pada perusahaan tersebut

4. Untuk kegiatan promosi penjualan perusahaan ini menetapkan anggaran sebesar 1% dari hasil penjualan tahun lalu.
5. Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan dan peranan promosi penjualan terhadap peningkatan nilai penjualan maka didalam menganalisa penulis menggunakan beberapa analisa antara lain : koefisien korelasi, regresi linier sederhana dan uji hipotesa.

5.2. Saran-saran

Dari kesimpulan-kesimpulan diatas penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Karena biaya promosi mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap peningkatan nilai penjualan terutama untuk biaya promosi maka sangat diperlukan dalam meningkatkan biaya promosi itu mengadakan suatu kegiatan promosi yang dapat membuat para konsumen tertarik untuk membelinya misalnya : melakukan kegiatan discount atau potongan harga secara besar-besaran.
2. Mengingat banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang sama hal ini akan menimbulkan persaingan diantara sesama perusahaan yang secara tidak langsung mengakibatkan menurunnya nilai penjualan perusahaan untuk mengantisipasi hal tersebut dituntut suatu ketelitian dan kemampuan perusahaan dalam membaca setiap peluang, kelemahan dan hambatan-hambatan yang dihadapi, sehingga perusahaan dapat mengetahui cara-cara apa

yang sebaiknya dilakukan yaitu dengan memperhatikan faktor-faktor yang terdapat baik didalam maupun diluar perusahaan tersebut.