

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran terhadap hasil penelitian.

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran promosi yang meliputi periklanan(X_1), penjualan individu (X_2), promosi penjualan (X_3), hubungan masyarakat (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan (bermakna) secara serentak (simultan) terhadap volume penjualan PT. Citra Media Solusindo Malang, dengan persamaan regresi linier $Y = 8.620 + 0.572 X_1 + 0.106 X_2 + 0.076 X_3 + 0.082 X_4$, dengan keeratan hubungan antar variabel sebesar 0.907 dan mempengaruhi volume penjualan PT. Citra Media Solusindo Malang hingga mencapai 82.3%. Sedangkan sisanya 17.7% ditentukan oleh faktor lain di luar persamaan model regresi.
2. Selanjutnya dari hasil uji t menunjukkan bahwa secara individual (parsial) ternyata ke-4 variabel dari bauran promosi yang terdiri atas periklanan(X_1), penjualan individu (X_2), promosi penjualan (X_3), hubungan masyarakat (X_4) juga mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap volume penjualan pada PT. Citra Media Solusindo Malang.
3. Variabel yang paling berpengaruh secara dominan adalah periklanan(X_1) dengan sumbangan efektif sebesar 54.36% dan mampu memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Citra Media Solusindo Malang.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, diketahui bahwasanya volume penjualan ternyata dipengaruhi secara signifikan oleh faktor-faktor bauran promosi yang meliputi periklanan, penjualan individu, promosi penjualan, hubungan masyarakat. Oleh karena itu, agar perusahaan PT. Citra Media Solusindo Malang dapat meningkatkan volume penjualannya, maka pihak manajemen PT. Citra Media Solusindo Malang perlu sekali memperhatikan faktor strategi pemasaran berupa bauran promosi yang salah satunya dapat diindikasikan terutama melalui periklanan yang lebih baik, serta faktor lainnya yang juga dapat mendukung peningkatan volume penjualan yaitu penjualan individu, promosi penjualan, hubungan masyarakat. Selain itu, hal ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam rangka menentukan kebijakan yang akan diambil pada waktu mendatang, agar tujuan perusahaan dapat dicapai, dengan harapan agar dapat meningkatkan volume penjualan di PT. Citra Media Solusindo Malang tersebut.

2. Bagi Teoritis

- a. Penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan memperluas variabel yang diteliti maupun pengembangan indikator serta item yang ada. Variabel-variabel lain yang perlu diteliti dan diduga juga berpengaruh terhadap volume penjualan adalah strategi kebijakan harga yang lainnya, antara lain penetapan harga pada beberapa

macam barang, *price lining*, penetapan harga perkenalan, garansi, potongan harga (*discount*), dan sebagainya.

- b. Penelitian ini masih bersifat lokal, artinya hasil penelitian dan kesimpulan ini hanya berlaku untuk populasi, belum dapat berlaku untuk umum. sehingga ruang lingkungannya perlu diperluas lagi. Misalnya dengan menambah jumlah sampel dalam penelitian dari populasi yang lebih luas, dengan kata lain menambah jumlah wilayah penelitian, sehingga hasil kesimpulan dari penelitian dapat lebih mewakili (*representatif*) terhadap volume penjualan di perusahaan secara umum. Karena jumlah sampel dalam penelitian ini hanya diperoleh dari 50 orang pelanggan PT. Citra Media Solusindo Malang saja. Agar keputusan yang diperoleh dari hasil pengujian mempunyai kekuatan uji yang lebih besar, maka disarankan agar melakukan penelitian lanjutan dengan memperluas wilayah penelitian atau di perusahaan lain yang berbeda, sehingga hasil kesimpulan dari penelitian dapat lebih mewakili (*representatif*) terhadap jumlah pelanggan secara umum (*general*)

