

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan berkaitan dengan Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan *Showroom* Sanjaya Motor dan WG Motor, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan biaya promosi pada *Showroom* Sanjaya Motor dan WG Motor setiap tahun mengalami peningkatan. Kenaikan biaya disebabkan adanya perubahan harga setiap jenis biaya promosi seperti biaya iklan dan biaya promosi penjualan. Untuk setiap bulan biaya promosi yang dikeluarkan berfluktuasi.
2. Perkembangan volume penjualan pada *Showroom* Sanjaya Motor menunjukkan peningkatan hal itu disebabkan *Showroom* Sanjaya telah melakukan pemasaran dengan baik. Pada *Showroom* WG Motor mengalami masalah dalam volume penjualan. Penurunan tersebut diakibatkan kurangnya melakukan program pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan. Untuk setiap bulan volume penjualan berfluktuasi.

3. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan analisis regresi linier sederhana diperoleh hasil, bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan pada *Showroom* Sanjaya Motor dan WG Motor.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Biaya Promosi dan Volume Penjualan pada *Showroom* Sanjaya Motor dan WG Motor. Penulis memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai berikut:

1. Kegiatan promosi yang dilakukan *Showroom* Sanjaya Motor dapat lebih ditingkatkan seperti membuat program berhadiah setiap 6 bulan dalam 1 tahun menjadi 12 bulan dalam 1 tahun, memperluas area pemasangan spanduk, memperluas area pembagian brosur dan selalu *Update Website* yang sudah ada. Agar target penjualan yang diinginkan terus meningkat.
2. Pada *Showroom* WG Motor kegiatan promosi dapat ditingkatkan seperti mengadakan program berhadiah selama 6 bulan dalam 1 tahun, meningkatkan iklan media elektronik melalui media radio dan membuat *Website* agar konsumen lebih mudah untuk mengetahui produk dan harga yang ditawarkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya akan lebih baik jika jumlah data yang diambil lebih banyak sehingga hasil penelitian akan lebih *Representative*. Semakin banyak data yang diteliti akan semakin baik pula hasil penetapan parameternya dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas dan menambah pemilihan variabel agar diperoleh gambaran mengenai faktor-faktor lain

yang mempengaruhi penjualan, seperti *Brand Image*, loyalitas pelanggan, dan lain-lain.

