

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa

1. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Periklanan terhadap volume penjualan motor pada Dealer Kalirejo Jaya 2 Motor, Lampung Tengah". Dari perhitungan alat analisis di peroleh hasil t hitung periklanan 1,428 dan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai t tabel 1,725 sehingga dapat dikatakan $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$.
2. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Penjualan Pribadi terhadap volume penjualan motor pada Dealer Kalirejo Jaya 2 Motor, Lampung Tengah". Dari perhitungan alat analisis di peroleh hasil t hitung periklanan -2,641 dan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai t tabel 1,725 sehingga dapat dikatakan $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$.
3. Ada pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap volume penjualan motor pada dealer Kalirejo Jaya 2 Motor, Lampung Tengah. Dari perhitungan alat analisis di peroleh hasil t hitung promosi penjualan sebesar 2,603 dan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai t tabel 1,725 sehingga dapat dikatakan $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$.maka tolak H_0 .artinya ada pengaruh positif antara promosi penjualan terhadap volume penjualan motor pada dealer Kalirejo Jaya 2 Motor, Lampung Tengah. hipotesis diterima atau didukung.
4. ada pengaruh positif antara Periklanan, Penjualan pribadi, Promosi Penjualan, dan terhadap Volume Penjualan motor di dealer Kalirejo Jaya 2 Motor, Lampung Tengah. Dari perhitungan alat analisis di peroleh hasil

F hitung 32,904 dan f tabel dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 3,24 sehingga dapat dikatakan $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Maka tolak H_0 . Artinya ada pengaruh yang signifikan antara Periklanan, *Penjualan pribadi*, Promosi Penjualan, dan terhadap Volume Penjualan motor di dealer Kalirejo Jaya 2 Motor, Lampung Tengah. hipotesis diterima atau didukung. Strategi Promosi dengan menggunakan periklanan, penjualan pribadi, dan promosi penjualan meningkat maka volume penjualan akan meningkat.

B. SARAN

1. Disarankan dalam melakukan promosi melalui periklanan agar ditingkatkan lagi dalam segala bentuk pesan promosi benda seperti barang, jasa, tempat usaha dan ide-ide yang disampaikan melalui radio, surat kabar, penyebaran brosur, spanduk yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Disarankan dalam melakukan promosi melalui penjualan pribadi agar ditingkatkan lagi dalam komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan, dalam memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk tersebut.
3. Disarankan dalam melakukan kegiatan Promosi penjualan lebih diperluas dan ditingkatkan lagi dalam kegiatan guna merangsang pembelian oleh konsumen seperti pameran, demonstrasi, discount, kupon dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur atau kontinyu.