

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk sari kurma gingseng salsabil pada PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli secara parsial maupun simultan. Hal tersebut dapat dibuktikan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $13,328 > 2,014$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 di tolak.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,264 > 2,014$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 di tolak.
3. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan, dimana perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,546 > 2,014$ dan nilai signifikan $0,014 < 0,05$ maka H_3 diterima dan H_0 di tolak.
4. Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan

Penjualan, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ $431,340 > 3,20$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$

maka H_4 diterima dan H_0 di tolak, selanjutnya nilai R^2 sebesar 0,967 Dengan demikian menunjukkan Strategi Pemasaran (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) secara bersama - sama berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan pada PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli sebesar 96,7% dengan sisanya 3,3% yang dipengaruhi oleh faktor – faktor di luar penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Perlu bagi perusahaan menetapkan strategi pemasaran yang tepat untuk pangsa pasar dengan mengukur tingkat kemampuan dan kebutuhan konsumen sehingga penjualan produk sari kurma gingseng salsabil pada PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli sesuai dengan target penjualan.
2. Perlu bagi universitas untuk memberikan materi yang mendalam mengenai penjualan agar menjadi bahan bagi mahasiswa-mahasiswa untuk siap menjadi wirausaha maupun bekerja di suatu perusahaan.
3. Pada penelitian ini dapat kiranya dikembangkan oleh peneliti selanjutnya dengan berbagai macam variabel yang belum diteliti,

sehingga di peroleh informasi yang cukup sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya tentang peningkatan penjualan suatu perusahaan.

4. Pada penelitian dapat dijadikan referensi tambahan bagi masyarakat untuk lebih mengetahui hal-hal yang dapat diukur sebelum melakukan pembelian atas suatu produk, selain itu masyarakat juga mampu menerapkan nilai-nilai yang mampu meningkatkan penjualan bila ingin melakukan usaha dan berwirausaha.