

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh promosi, harga jual dan saluran distribusi terhadap volume penjualan sebagai berikut.

1. Secara parsial promosi berpengaruh terhadap volume penjualan Pada PT. Rajawali Hiyoto, dari hasil yang diperoleh penulis yang berkaitan dengan variabel promosi maka dapat dijelaskan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap volume penjualan Pada PT. Rajawali Hiyoto. Maka jika dikaitkan dengan topik permasalahan dari dari variabel promosi yakni terhadap volume penjualan maka penempatan dan sistem yang telah di bangun dalam melakukan promosi harus sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan sehingga tujuan utama dari promosi dalam memperkenalkan produk kepada konsumen sesuai dengan tujuan utama.
2. Secara parsial harga jual berpengaruh terhadap volume penjualan Pada PT. Rajawali Hiyoto, dari hasil yang diperoleh penulis yang berkaitan dengan variabel harga jual maka dapat dijelaskan bahwa variabel harga jual tidak berpengaruh terhadap volume penjualan Pada PT. Rajawali Hiyoto. Maka jika dikaitkan dengan permasalahan atau fenomena dari

harga jual yang terjadi di PT. Rajawali Hiyoto perlu dilakukan kajian ulang dalam penentuan harga sehingga dalam menentukan harga dalam setiap produk tersebut tidak hanya berharap produk tersebut dibeli dengan harga murah melainkan mendapat penilaian kualitas yang baik juga.

3. Secara parsial saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan Pada PT. Rajawali Hiyoto, dari hasil yang diperoleh penulis yang berkaitan dengan variabel saluran distribusi maka dapat dijelaskan bahwa variabel tersebut berpengaruh terhadap volume penjualan Pada PT. Rajawali Hiyoto. Maka secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa pemilihan segmentasi pasar atau penyaluran produk kepada konsumen dan calon konsumen harus sesuai dengan keinginan pasar sehingga mampu menciptakan ketepatan dalam melihat segmen pasar.
4. Secara simultan, pada variabel promosi, harga jual dan saluran distribusi terhadap volume penjualan. Dari uji ANOVA (*Analysis Of Varians*) didapat diketahui adanya pengaruh promosi, harga jual dan saluran distribusi terhadap volume penjualan secara simultan. Maka secara keseluruhan dapat diketahui bahwa sistem promosi, penentuan harga jual dan saluran disitribusi memiliki kaitan yang sama dalam meningkatkan volume penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran agar kiranya dapat

memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut;

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis dengan melakukan penyebaran kuisisioner terhadap konsumen yang dijadikan penulis responden penelitian supaya mendukung hasil penelitian yang transparan serta objektif maka perlu adanya penjabaran yang dilakukan penulis diantaranya:

- a) Sebaiknya untuk meningkatkan sistem promosi yang baik maka pihak PT. Rajawali Hiyoto harus menerapkan sistem promosi yang baik dan terstruktur yakni dengan lebih meningkatkan jumlah promosi dengan lebih mengetahui keinginan konsumen dan juga harus meningkatkan kualitas dari produk cat tersebut.
- b) Pada harga jual yang berlaku di PT. Rajawali Hiyoto sebaiknya harus sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh konsumen baik dari segi kualitas maupun kuantitas dari produk tersebut
- c) Pada saluran distribusi yang dilakukan oleh pihak PT. Rajawali Hiyoto sebaiknya waktu pengantaran yang dilakukan oleh pihak perusahaan harus lebih dipercepat lagi yang artinya untuk waktu pengantaran seharusnya menjadi prioritas bagi pihak perusahaan.
- d) Bagi Perusahaan
Sebaiknya pihak perusahaan mampu menerapkan sistem penjualannya dengan baik dan benar kepada konsumen dan segala

permasalahan harus segera perbaiki agar nantinya konsumen mendapatkan keinginan dan harapan yang mereka inginkan.

e) Bagi Penulis

Pada penulis dari hasil penelitian ini mampu mengimplementasikannya jika memasuki dunia pemasaran nantinya dengan metode serta penerapan yang telah dijabarkan diatas dengan baik.

f) Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini nantinya mampu menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan variabel dan teori yang telah dijabarkan oleh penulis.