

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data beserta interpretasinya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Promosi berdampak positif besar pada volume penjualan. Persentase kontribusi pengaruh promosi terhadap volume penjualan adalah 41,8%, menurut uji parsial. Nilai ttabel sebesar 1,992 dan nilai signifikannya sebesar 0,001 lebih rendah dari α 0,05.
2. Iklan meningkatkan penjualan. Persentase kontribusi pengaruh promosi terhadap volume penjualan adalah 50,9%, menurut uji parsial, dengan nilai ttabel sebesar 1,992 dan nilai signifikannya sebesar 0,001, yang lebih rendah dari α 0,05.
3. Iklan dan promosi berdampak positif pada volume penjualan. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa nilai signifikan F sebesar 0,001 lebih rendah dari α 0,05 dan nilai F hitung sebesar 473.476, yang menunjukkan bahwa seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan secara bersamaan. Pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa secara bersamaan, promosi dan iklan dapat mempengaruhi volume penjualan sebesar 92,7%, sementara 7,3 % lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka ada beberapa pandangan peneliti yang sekiranya dapat diangkat sebagai saran-saran, untuk pemilik UD. Tanda Setia dan juga kepada penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Kepada manajemen UD.Tanda Setia hendaknya terus mempertahankan bahkan meningkatkan promosi dan iklan yang sudah dilakukan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Selain dari pada itu kualitas produk dan harga yang kompetitif juga menjadi salah satu faktor penentu

sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Untuk lebih meningkatkan lagi penjualan, disarankan kepada manajemen untuk mengembangkan strategi *digital marketing* yang dilakukan dalam memasarkan produk. Misalnya dengan membuat akun IG, Tiktok dan bahkan bisa memakai jasa *Meta Ads dan Google Ads*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, perlu diadakan penelitian lagi terkait variabel promosi dan iklan atau bisa menambahkan variabel lainnya dalam mempengaruhi volume penjualan.