

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi dan kualitas produk pada tingkat penjualan di PT Bareleng Gypsum Perkasa. Beberapa hasil penelitian adalah:

1. Promosi ini memiliki dampak positif dan signifikan pada tingkat penjualan PT Bareleng Gypsum Perkasa, nilai signifikansi dari uji-t adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai angka $t (4,875) > t \text{ tab } (1, 98 326)$,
2. Kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan PT Bareleng Gypsum Perkasa, nilai signifikansi dari uji-t adalah $0,032 < 0,05$ dan nilai angka $t (2,127) > \text{Tabel T } (1,98326)$.
3. Promosi dan kualitas produk bersama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan PT Bareleng Gypsum Perkasa dan nilai signifikansi uji-f $0,00 < 0,05$ dan nilai f hitung $(14,768) > f \text{ Tabel } (3.08)$.

5.2 Saran

1. Pihak manajemen

Hasil menunjukkan bahwa apabila promosi meningkat sebesar 1% maka akan meningkatkan tingkat penjualan sebesar 43,3%. Apabila kualitas produk mengalami peningkatan sebesar 1% maka akan meningkatkan tingkat penjualan sebesar 16,8% untuk itu perlu diketahui oleh PT Bareleng Gypsum Perkasa untuk

meningkatkan promosi, karena promosi memiliki dampak yang lebih tinggi untuk meningkatkan tingkat penjualan. Disarankan juga bahwa perlu untuk meningkatkan kualitas produk yang dijual, terutama karena alasan dan keuntungan untuk meningkatkan tingkat penjualan dan meningkatkan kinerja perseroan.

2. Penelitian selanjutnya

Nilai R^2 rendah 0,240 menunjukkan bahwa ada penyimpangan variabel lain yang mempengaruhi tingkat penjualan. Peneliti selanjutnya dapat memeriksa variabel lain seperti kualitas layanan, branding, dll.