

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian dan analisa pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil pengujian pada hipotesis H_1 diperoleh bahwa promosi berpengaruh signifikan positif dan signifikan dalam upaya meningkatkan penjualan. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian Azmiani Batubara dan Rahmat Hidayat (2016).
2. Hasil pengujian pada hipotesis H_2 diperoleh bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan positif dan signifikan. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian Khalid Iskandar dan Wilan Andriyani (2014).
3. Hasil pengujian pada hipotesis H_3 diperoleh bahwa promosi dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan positif dalam upaya meningkatkan penjualan. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa dalam upaya meningkatkan penjualan dipengaruhi oleh promosi dan strategi pemasaran sebesar 78,10 persen. Disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut telah menjadi daya dorong yang kuat dalam upaya meningkatkan penjualan baygon. Apabila perusahaan menginginkan tingkat penjualan yang tinggi, maka perusahaan harus mengoptimalkan program promosi yang diberikan dengan menggunakan metode penjabaran strategi pemasaran yang tepat.

5.2. Saran

1. Dalam penelitian ini menggunakan variabel promosi dan strategi pemasaran maka diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
2. Pihak Perusahaan diharapkan dapat menjabarkan program promosi yang lebih baik dan menganalisa kebutuhan dan keinginan yang di harapkan pelanggan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan diketahui bahwa responden mayoritas setuju dengan pemberian potongan harga membuat pelanggan tertarik untuk melakukan pemberian ulang. Oleh karnanya, diharapkan pihak perusahaan lebih memerhatikan promosi penjualan yang ditawarkan.
3. Pihak Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran yang diterapkan, karena variabel tersebut mempunyai pengaruh yang dominan dalam upaya meningkatkan penjualan, diantaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas dan mutu produk, penetapan harga yang terjangkau, pemajangan produk yang baik dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.