

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh O Laundry, menggunakan alat – alat promosi sebagai berikut : .
  - a. Periklanan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang menggunakan media tertentu dan memiliki jangka waktu. Kegiatan periklanan merupakan salah satu kegiatan yang sering digunakan. Adapun kegiatan periklanan yang dilakukan seperti *flyer*, brosur, poster, sepanduk, neon box, dan iklan majalah kampus.
  - b. Kegiatan *sales promotion* yang dilaksanakan O Laundry berupa *open house* di mana *open house* ini memberikan cuci gratis sebanyak 1000 kg, Cuci gratis sebanyak 1000 kg merupakan suatu ransangan terhadap pelanggan agar datang untuk mencuci di O Laundry. Cuci gratis diakumulasikan per pelanggan yang datang, dengan memberikan jatah cuci gratis 5kg per pelanggan. Kegiatan ini diutamakan karena menggunakan biaya yang cukup besar. Kegiatan ini dilaksanakan di Gegerkalong Bandung.
2. Dari hasil perhitungan keeratan korelasi biaya promosi terhadap tingkat pendapatan sebesar 0.336 yang menunjukkan adanya hubungan yang cukup lemah antara biaya promosi dengan tingkat pendapatan, arah hubungannya

positif ( tidak ada tanda negatif pada angka 0.336 ). Dari hasil perhitungan output table didapat sig sebesar 0.172, kriteria pengujian adalah tolak Ho bila sig. < 0.05 dari output table SPSS terlihat bahwa Sig. 0.172 > 0.05 sehingga Ho diterima, kesimpulannya tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap tingkat pendapatan, peningkatan pendapatan dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah penulis lakukan, maka penulis berusaha mengemukakan saran – saran, yaitu :

1. Melihat hasil biaya promosi terhadap tingkat pendapatan O Laundry di Gegerkalong Bandung dengan melihat nilai “r” berarti tingkat pendapatan tidak dominan dipengaruhi oleh biaya promosi, yang selama ini dilakukan yaitu melalui iklan dan *sales promotion*. Untuk itu O Laundry harus melihat dan memilih kembali bentuk promosi yang baik.
2. O Laundry harus lebih meningkatkan kegiatan promosi, sehingga dapat meningkatkan kembali pendapatannya.