

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan penulis pada Show room Scorpio motor dalam usahanya meningkatkan hasil penjualan serta setelah dilakukan analisa terhadap data-data yang diperoleh, maka penulis dengan ini memberikan beberapa kesimpulan dan saran yang sekiranya dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Show room.

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Dilihat dari segi analisis hasil perhitungan statistic dengan menggunakan analisis regresi diperoleh  $Y = 25.73 + 6.75 X$  yaitu berarti bila  $b = 6.75$  maka setiap biaya iklan bertambah sebesar satu juta, maka ada peningkatan hasil penjualan sebesar Rp 6.75 juta dan sebaliknya
2. Dilihat dari segi analisis korelasi, didapat  $r = 0.8843$  hal ini berarti menunjukkan ada hubungan yang cukup kuat dengan hasil penjualan. Dan menurut uji t,  $h_0$  diterima karena  $3.2806 > 3.1826$ , jadi disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang cukup kuat antara periklanan dengan hasil penjualan.

3. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi, diperoleh bahwa peranan iklan dalam meningkatkan hasil penjualan cukup kuat, yaitu sebesar 78% dan sisanya 22% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti promosi, penjualan tatap muka, harga, mutu, kualitas, dan lain-lain.
4. Pelaksanaan yang dilakukan oleh Show room Scorpio motor adalah :
  - Tujuan perusahaan, dari iklan yang disampaikan, perusahaan mengharapkan bahwa perusahaan dikenal dan ,memberikan informasi produk, membujuk, mengingatkan, meningkatkan penjualan dan laba, mengatasi persaingan, dan menumbuhkan citra.
  - Evaluasi dan pelaksanaan iklan, dalam hal ini Show room Scorpio motor tidak mengevaluasinya secara terperinci, tetapi tetap dilakukan evaluasi dengan kriteria sukses atau alat ukur yang telah dibuat. Dan iklan yang dilaksanakan oleh scorpio motor tidak hanya untuk meningkatkan penjualan saja, tetapi juga untuk produk, dan tentunya untuk Citra scorpio motor sendiri di benak konsumen.

5. Mekanisme kerja untuk kegiatan periklanan cukup baik, terlihat dari prosedur kerja, yang sistematis dan teratur , sehingga masing-masing bagian yang berhubungan dengan periklanan dapat menjalankan fungsinya dengan baik.

Dari hasil diatas,secara keseluruhan pelaksanaan periklanan di Show room Scorpio motor berjalan cukup baik.

## 5.2 Saran

Dengan melihat kenyataan yang ada oleh hasil penelitian yang telah dilakukan,maka dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dalam membantu memecahkan masalah tersebut diatas.

### 1. Pelaksanaan periklanan :

- Perlu mekanisme kerja yang lebih baik,untuk merencanakan dan merancang sebuah iklan, sehingga lebih efektif.
- Jangan hanya menyampaikan iklan pada surat kabar yang umum tapi lebih menjurus ke majalah otomotif atau surat kabar yang membahas mengenai otomotif.
- Jangan hanya terpaku pada brosur saja,walaupun ini cukup efektif.bisa dengan media lain seperti,periklanan dengan menggunakan media internet.

2. Ditinjau dari segi biaya

Iklan dapat membuat meningkatkan penjualan, maka perlu dikaji kembali untuk dana sebuah iklan yang akan dilaksanakan, sehingga ada hubungan yang kuat dan positif.

3. Ditinjau dari segi mutu dan kualitas

Mutu dan kualitas dari produk –produk sepeda motor bekas yang dikeluarkan oleh Scorpio motor harus sesuai dengan mutu dan kualitas yang diberitakan baik di surat kabar maupun pada brosur, sehingga konsumen akan percaya dan setia membeli di scorpio motor.

4. Ditinjau dari hasil penjualan tatap muka

Terlepas dari iklan pemasaran penjualan, Scorpio motor juga harus lebih meningkatkan penjualan melalui tenaga penjualan langsung, yakni secara tatap muka.

5. Mutu pelayanan terhadap konsumen

Terakhir elemen yang sangat penting, yaitu kualitas pelayanan terhadap konsumen (people), agar lebih ditingkatkan, sehingga konsumen yang membutuhkan sepeda motor bekas merek Suzuki, teringat untuk kembali membeli ke Scorpio motor.

