

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Cinta Damai Putra Bahagia, menggunakan alat-alat promosi sebagai berikut:
 - a. *Advertising*, dengan menggunakan surat kabar dilakukan dengan memasang iklan penjualan di surat kabar daerah RADAR Cirebon, Pikiran Rakyat Wilayah Cirebon sedangkan promosi dengan menggunakan radio dilakukan di radio-radio seperti RRIpro2 FM Cirebon, Daya Bumi FM Cirebon.
 - b. *Personal Selling*, memberikan pelayanan informasi kepada konsumen melalui tenaga profesional PT. Cinta Damai Putra Bahagia dengan cara mendatangi dari rumah ke rumah. Dalam perencanaan tenaga kerja PT. Cinta Damai Putra Bahagia melakukan pengamatan lapangan langsung yang dilakukan dan merupakan tugas dari bagian personalia setelah terlebih dahulu diadakan rapat koordinasi dari manajer yang membutuhkan tenaga kerja baru, bagian personalia dan dibantu pihak menejer melakukan seleksi pegawai serta mengatur pelatihan kerja karyawan baru. Untuk mengetahui calon yang cocok

kepala personalia melakukan wawancara kepada calon tenaga kerja baru dibantu menejer yang membutuhkan staf tenaga kerja baru.

- c. *Sales Promotion*, dengan mengikuti kegiatan pameran yang sering dilaksanakan di Paviliun Grage Mall atau pusat-pusat perbelanjaan.
2. Dari hasil perhitungan untuk *advertising* terhadap volume penjualan = 0.573, yang artinya *advertising* memiliki pengaruh terhadap volume penjualan, dan koefisien determinasi sebesar 33% *advertising* mempengaruhi volume penjualan. Untuk *personal selling* sebesar 0.627, yang artinya *personal selling* memiliki pengaruh terhadap volume penjualan, dan koefisien determinasi sebesar 39% *personal selling* mempengaruhi volume penjualan. Untuk *sales promotion* sebesar 0.596, yang artinya *sales promotion* memiliki pengaruh terhadap volume penjualan, dan koefisien determinasi sebesar 36% *sales promotion* mempengaruhi volume penjualan.
3. Dari hasil keseluruhan dapat diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 109.736 - 0.001 X_1 + 0.004 X_2 + 0.001 X_3$ (dalam ribuan rupiah), selain itu juga didapat koefisien determinasi keseluruhan sebesar 31% *advertising*, *personal selling*, dan *sales promotion* mempengaruhi volume penjualan. Dilihat dari hasil perhitungan signifikansi sebesar $0.03 < 0.05 < 0.08$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang artinya tidak ada hubungan antara *advertising*, *personal selling*, dan *sales promotion* terhadap volume penjualan.

5.2 Saran

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

1. Melihat hasil faktor promosi terhadap hasil penjualan pada PT.Cinta Damai Putra Bahagia yang menunjukkan nilai "r" cukup berarti hasil penjualan tidak dominan dipengaruhi oleh faktor promosi untuk itu perusahaan perlu berpikir ulang apakah tetap mempertahankan dan meningkatkan promosi melalui *advertising*, *personal selling* dan *sales promotion* dalam rangka meningkatkan hasil penjualan.
2. PT.Cinta Damai Putra Bahagia lebih meningkatkan pembinaan dan pendidikan bagi wiraniga dan memberi motivasi untuk kesejahteraan baik komisi maupun bonus sehingga dapat melaksanakan kegiatan promosi yang lebih baik yang membantu meningkatkan hasil penjualan.