BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Tunas Daihatsu dalam usaha meningkatkan volume penjualan Daihatsu Gran Max, maka penulis dengan ini memberikan beberapa kesimpulan dan saran yang sekiranya dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan Tunas Daihatsu.

5.1 Kesimpulan

Pertama, dilihat dari analisis perhitungan statistik dengan menggunakan analisis regresi diperoleh $Y = 774,82 + 2,231X$, yaitu bila $b = 2,231$. Hal ini berarti setiap biaya iklan yang bertambah sebesar satu juta rupiah, maka ada peningkatan hasil penjualan sebesar Rp. 2,231 juta.

Kedua, dilihat dari segi analisis korelasi diperoleh $r = 0.9103$ hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat dengan hasil penjualan. Dan menurut uji t , $t_{hitung} > t_{tabel}$ diterima karena $3.8084 > 3.1825$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang cukup kuat antara periklanan dengan hasil penjualan.

Ketiga, dari hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh bahwa peranan iklan untuk meningkatkan hasil penjualan cukup kuat yaitu sebesar 82% dan sisanya sebesar 18% dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, penjualan tatap muka, harga, kualitas, pelayanan, dll.

Dari ketiga faktor tersebut maka dapat disimpulkan bahwa periklanan yang dilakukan oleh Tunas Daihatsu cukup baik dan efektif sehingga tujuan periklanan yang dilakukan oleh perusahaan dapat dengan mudah tercapai.

Pelaksanaan periklanan yang dilakukan oleh Tunas Daihatsu dengan tujuan agar perusahaan dikenal, memberikan informasi produk, membujuk, mengingatkan, dan meningkatkan penjualan yang secara otomatis meningkatkan laba.

5.2 Saran

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis ingin menyampaikan saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang positif.

1. Pelaksanaan iklan

Pelaksanaan periklanan yang telah dilakukan oleh Tunas Daihatsu untuk peningkatan volume penjualan Daihatsu Gran Max sudah sangat baik dan efektif, sehingga Tunas Daihatsu dituntut untuk dapat mempertahankan hal ini.

2. Biaya periklanan

Biaya yang dikeluarkan untuk pelaksanaan periklanan tidak sedikit walaupun dapat meningkatkan volume penjualan. Maka dari itu biaya yang digunakan untuk periklanan harus seefektif dan seefisien mungkin.

3. Kualitas produk

Kualitas dari produk Daihatsu Gran Max harus sesuai dengan yang diberitakan dalam periklanan sehingga konsumen tidak merasa dibohongi oleh iklan tersebut. Sehingga hal ini akan membuat citra perusahaan baik dimata konsumen.

4. Pelayanan terhadap konsumen

Tunas Daihatsu harus dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen baik sebelum konsumen membeli produk atau pun setelah konsumen membeli produk seperti misalnya Tunas Daihatsu segera menanggapi keluhan-keluhan pembeli Daihatsu Gran Max.