

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai aktivitas promosi yang dilakukan oleh perusahaan Xpro Realty, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan statistik mengenai analisis korelasi, maka didapat  $r_s$  sebesar  $+ 0,8476$  dan hal ini berarti ada hubungan yang kuat menuju sempurna diantara kedua variabel yaitu antara bauran promosi dengan tingkat penjualan. Sedangkan pada pengujian hipotesis dapat disimpulkan adanya hubungan antara bauran promosi dengan tingkat penjualan dimana nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel. Besarnya pengaruh bauran promosi terhadap tingkat penjualan dengan menggunakan koefisien determinasi ( $k_d$ ), yaitu sebesar  $71,84\%$  sedangkan sisanya sebesar  $28,16\%$  dipengaruhi oleh faktor – faktor lain.
2. Pelaksanaan aktivitas promosi yang dilakukan perusahaan sudah cukup baik.
  - a. Aktivitas periklanan yang dilakukan perusahaan adalah dengan memasang iklan di Pikiran Rakyat, media elektronik (radio), yellow pages, dengan billboard, brosur, dan spanduk.
3. Kelemahan pelaksanaan aktivitas Penjualan Pribadi, yaitu:

Karyawan yang baru masuk kerja diberi pelatihan oleh karyawan lama mengenai pengetahuan mengenai perusahaan, pengetahuan mengenai produk, dan pengetahuan mengenai konsumen (dalam rentang waktu sebelum pelaksanaan pelatihan umum). Hal ini menyebabkan karyawan baru kurang mengerti produk dan spesifikasinya. Akibatnya tidak jarang staff baru yang melakukan kesalahan dalam memberikan informasi produk maupun melayani pembeli.

4. Aktivitas promosi penjualan yang dilakukan perusahaan adalah pemberian kupon, promosi gabungan, potongan harga, pajangan di tempat pembelian.
5. Aktivitas hubungan masyarakat di dalam perusahaan dilaksanakan dengan membangun hubungan baik perusahaan dengan karyawannya. Hubungan masyarakat di luar lingkungan perusahaan dilaksanakan dengan mengikuti event atau kegiatan pameran dengan maksud mempromosikan nama maupun produk perusahaan.

## **5.2. Saran**

Dengan melihat permasalahan dan berdasarkan penelitian terhadap aktivitas bauran promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- Perusahaan sebaiknya memperbaiki pelaksanaan penjualan pribadi  
Pelatihan untuk karyawan baru tidak dilakukan oleh karyawan lama, sebaiknya karyawan baru diberi pelatihan oleh Kepala Bagian Pemasaran sehingga mereka dapat mempelajari berbagai produk yang dijual perusahaan dan spesifikasi setiap produk dengan baik
- Dalam situasi dan kondisi yang senantiasa berubah seperti sekarang ini, Perusahaan Xpro Realty disarankan bersikap lebih aktif dalam

melaksanakan strategi bauran promosi yang lebih baik lagi. Misalnya, dengan melakukan bauran promosi dengan tepat dan aktif pada bulan-bulan dimana tidak terdapat kegiatan sehingga mendorong kenaikan volume penjualan.

- Sebaiknya atasan mengadakan evaluasi terhadap bauran promosi sehingga tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan property dapat berjalan secara optimal dan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.
- Penayangan iklan di media cetak maupun media elektronik tidak hanya dilakukan pada saat hanya ada event atau kegiatan khusus saja, karena aktivitas periklanan secara berkala akan mengingatkan pelanggan mengenai keberadaan Perusahaan Xpro Realty.