

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil pengujian yang telah dilakukan serta pembahasan pada bab sebelumnya maka penulis menarik beberapa kesimpulan:

1. Nilai signifikan promosi sebesar 0,000, yang berarti H_1 diterima karena nilai signifikan alpha dari *promosi* nilainya $\leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *promosi* berpengaruh terhadap volume penjualan, hal ini membuktikan bahwa promosi sangat berpengaruh terhadap volume penjualan motor Honda pada Toko Sanjaya Motor.

5.2 Saran

1. Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis menyarankan promosi dapat lebih ditingkatkan dan terarah demi untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara menyebarkan brosur atau memasang spanduk di tempat yang dilalui banyak orang.
2. Diharapkan faktor-faktor yang menyebabkan perlu dilakukan promosi oleh manajemen Sanjaya Motor dapat dikurangi dengan terus lebih memberikan pelayanan yang lebih memuaskan kepada konsumen, adanya program-program yang dapat meningkatkan penjualan, diperbaikinya manajemen Sanjaya Motor.
3. Dilakukannya promosi lebih banyak demi menarik konsumen lebih banyak serta meningkatnya volume penjualan motor tersebut, dan juga ditingkatkan dari segi pelayanan terhadap konsumen agar konsumen juga merasa puas dengan pelayanan perusahaan.