

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dalam bab sebelumnya yakni pengumpulan data, penelitian, sampai dengan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan mengenai hubungan promosi penjualan terhadap minat belajar pada Broadcast Studio sebagai berikut:

1. Penilaian terhadap promosi penjualan yang dilakukan perusahaan oleh responden yang berjumlah 30 orang :
  - Sebagian besar responden menyatakan setuju atas pemberian diskon yang dilakukan oleh PT. Broadcast Studio.
  - Belum semua konsumen mendapatkan diskon yang diberikan oleh perusahaan, hal ini dapat dibuktikan dari hasil kuesioner yang menunjukkan adanya sejumlah orang yang merasa tidak setuju atas seringnya pemberian diskon dari perusahaan kepada konsumen.
  - Pemberian voucher dari PT. Broadcast Studio dirasakan baik oleh konsumen, hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian. Sebagian besar reponden menyatakan setuju dengan pemberian voucher yang dilakukan perusahaan.

- Responden menyatakan setuju atas tingkat kegunaan voucher yang diberikan. Kesimpulan ini dapat dilihat dari hasil survei yang menunjukkan lebih dari setengah jumlah responden yang menyatakan setuju.
- Mayoritas responden berpendapat bahwa promosi gabungan yang dilakukan oleh perusahaan itu sangat baik. Namun ada juga sebagian responden yang kurang sependapat, dapat ditunjukkan dengan masih adanya responden yang menyatakan kurang setuju dan tidak setuju.
- Sebagian besar responden menyimpulkan bahwa promosi gabungan yang dilakukan oleh PT. Broadcast Studio itu jarang dilakukan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya penilaian yang menyatakan ketidaksetujuan bahwa promosi gabungan yang dilakukan perusahaan itu sangat sering.
- Mayoritas responden menyatakan merasa tertarik dan timbul minat atas pemakaian jasa terhadap PT. Broadcast Studio, dikarenakan oleh promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh perusahaan Broadcast Studio, ternyata memiliki hubungan yang erat dengan minat pemakaian jasa. Hal ini ditandai dengan hasil perhitungan yaitu sebesar 0,618 yang menunjukkan tingkat korelasi yang cukup kuat.

## **5.2 Saran**

Saran yang diberikan, diharapkan dapat menjadi masukan sebagai bahan-bahan pertimbangan bagi perusahaan. Berikut ini beberapa saran sebagai berikut:

1. Pelaksanaan promosi gabungan yang dilakukan, sebaiknya dilakukan lebih sering. Hal ini ditunjukkan dengan adanya beberapa kuesioner yang menandakan ketidaksetujuan akan tingkat frekwensi promosi gabungan yang dilakukan Broadcast Studio sangat sering.
2. Melakukan kegiatan periklanan selain promosi penjualan, agar dapat membuat orang lebih tertarik dan mengetahui tentang keberadaan Broadcast Studio itu sendiri.
3. Memperbaiki sarana-sarana yang dipakai untuk lebih menunjang kegiatan di dalam perusahaan Broadcast Studio yang dapat menjadi nilai tambah.

4. Melakukan pengevaluasian setiap 1 bulan satu kali mengenai kinerja perusahaan, agar selalu ada perbaikan ke arah yang lebih baik lagi untuk kemajuan dan masa depan perusahaan Broadcast Studio.