

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada Yamaha Aneka Jasa Bandung, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

#### 5.1 Simpulan

1. Yamaha Aneka Jasa Bandung melakukan strategi promosi dengan berbagai cara, diantaranya adalah: Periklanan, Promosi Penjualan, *Personal Selling* dan Publisitas. Biaya promosi pada Yamaha Aneka Jasa Bandung berubah-ubah. Hal ini terjadi karena naik turunnya harga media yang digunakan untuk kegiatan promosi. Pada saat penyebaran brosur misalnya, akan ada kenaikan harga brosur jika pihak yang membuat brosur menaikkan harga pembuatan brosur. Hal ini akan menaikkan biaya promosi perusahaan. Namun pada tiga tahun terakhir yaitu tahun 2013-2015 biaya promosi pada Yamaha Aneka Jasa Bandung mengalami peningkatan. Biaya promosi tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 7,9% sedangkan pada tahun 2015 biaya promosi mengalami peningkatan biaya promosi sebesar 11,4%.
2. Volume penjualan Yamaha Aneka Jasa Bandung berubah-ubah. Perubahan volume penjualan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: Faktor intern dan Faktor ekstern. Selama tahun 2013-2015 volume penjualan Yamaha Aneka Jasa Bandung mengalami peningkatan. Pada tahun 2014 volume

penjualan mengalami peningkatan sebesar 5% dan pada tahun 2015 mengalami peningkatan volume penjualan sebesar 11,6%.

3. Berdasarkan hasil analisis statistik diperoleh persamaan regresi  $Y = 52.853 + 0.024X$ , Hasil perhitungan korelasi Pearson, maka diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,591. artinya korelasi antara Biaya promosi dengan Volume penjualan dapat dikatakan sedang. Dari perhitungan koefisien determinasi bahwa variabel independen mampu menerangkan perubahan pada Volume penjualan sebesar 35%, artinya bahwa Biaya promosi membentuk Volume penjualan sebesar 35% pada Yamaha Aneka Jasa Bandung. Sisanya dibentuk oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti sebesar 65% yaitu merupakan pengaruh faktor lain diluar variabel Biaya promosi. Dari perhitungan uji hipotesis, diperoleh bahwa  $t_{hitung} = 4,277$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 2,042$ . Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan pada Yamaha Aneka Jasa Bandung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perusahaan hendaknya terus melakukan kegiatan promosi dengan media yang selama ini digunakan. Di samping itu perlu juga dipertimbangkan untuk melakukan promosi yang lebih bervariasi tetapi dengan biaya promosi yang tidak terlalu besar. Misalnya dengan cara memberikan diskon atau potongan harga untuk pembelian sepeda motor lebih dari satu unit.

2. Meskipun hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif biaya promosi terhadap volume penjualan, akan tetapi perlu dilakukan evaluasi kegiatan promosi di tahun-tahun mendatang untuk mengetahui efektivitas media promosi yang dilakukan perusahaan.
3. Promosi di masa yang akan datang lebih baik lagi jika menggunakan media promosi melalui internet misalnya jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan lain-lain.
4. Kepada peneliti berikutnya agar melakukan penelitian dengan mencari variabel lain di samping variabel biaya promosi agar pihak perusahaan mengetahui variabel lain yang mempengaruhi untuk meningkatkan volume penjualan.

