

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dicantumkan di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Didapat pengaruh yang signifikan antara *advertising* terhadap volume penjualan pada produk jam tangan Matoa, dimana sebesar 80.2% volume penjualan yang terjadi untuk jam tangan Matoa dipengaruhi oleh adanya *advertising*.
2. Didapat pengaruh yang signifikan antara *sales promotion* terhadap volume penjualan pada produk jam tangan Matoa, dimana sebesar 81.6% volume penjualan yang terjadi untuk jam tangan Matoa dipengaruhi oleh adanya *sales promotion*.
3. Peneliti menemukan bahwa *sales promotion* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap volume penjualan daripada *advertising*.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *advertising* dan *sales promotion* terhadap volume penjualan pada produk jam tangan Matoa, dimana sebesar 84.1% volume penjualan yang terjadi untuk jam tangan Matoa dipengaruhi oleh adanya pengaruh bersama dari *advertising* dan *sales promotion*.

## 5.2 Saran

1. Peneliti menyarankan kepada perusahaan jam tangan Matoa untuk tetap mempertahankan kegiatan periklanan yang dibuat melalui media sosial, karena sudah efektif untuk mendorong munculnya volume penjualan. Artinya, jumlah dana yang dihabiskan untuk kegiatan iklan dapat memunculkan peningkatan dalam volume penjualan.
2. Peneliti menyarankan kepada perusahaan jam tangan Matoa untuk tetap mempertahankan kegiatan sales promotion, yang memiliki pengaruh yang lebih besar, dengan tujuan untuk dapat meningkatkan volume penjualan yang dimiliki.

