

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui harga jual dan biaya promosi yang tepat di UD. Ukil Kreatif Blitar dan menganalisis hasil dari perhitungan yang telah diteliti. Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya, maka beberapa kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan dengan harga jual yang lebih mahal dari pesaing tetapi memiliki kualitas barang yang bagus serta mempunyai keunikan diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Dari analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa dengan penambahan biaya harga jual yang sedikit lebih mahal dari pesaing dengan kelebihanannya. Hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dan dapat meningkatkan volume penjualan pada UD. Ukil Kreatif Blitar..
2. Berdasarkan perluasan promosi pada kegiatan promosi yang dilakukan UD. Ukil Kreatif Blitar yaitu dengan melakukan potongan harga (*Discount*) dengan cara jika konsumen membeli produk diatas 10 unit maka diberikan potongan harga sebesar 10%, maka dimaksudkan agar konsumen melakukan pembelian yang berjumlah banyak dan melakukan pembelian ulang diperusahaan tersebut. UD. Ukil Kreatif Blitar juga perlu melakukan media promosi lainnya contohnya dengan pembuatan banner di tepi-tepi jalan raya atau dengan melakukan promosi di media sosial yang

sudah marak dimasyarakat. Dari analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa dengan penambahan biaya promosi dapat meningkatkan volume penjualan pada UD. Ukil Kreatif Blitar.

B. Saran

Berikut ini beberapa saran yang dapat digunakan perusahaan untuk pemecahan masalah yang dihadapi. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, maka peneliti dapat memberikan saran yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu adanya penetapan harga yang sesuai dan melakukan perluasan untuk kegiatan promosi yang tepat agar dapat meningkatkan volume penjualan.
2. Perusahaan perlu melakukan penambahan biaya harga jual produk dalam melakukan pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan dalam pemasarannya.
3. Perusahaan perlu penambahan biaya untuk melakukan promosi dan menambah media untuk kegiatan promosi tersebut agar menarik minat bagi masyarakat untuk melakukan pembelian barang dan menambah jumlah pelanggan dalam perusahaan.
4. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan dan konsumen baru agar dapat mempertahankan pelanggan lama dan mempertambah pelanggan baru agar membeli ulang barang tersebut.