

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini mengenai inovasi produk dan promosi terhadap volume penjualan pada Toko “Roti Ridho” Blitar, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas yaitu inovasi produk dan promosi memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu volume penjualan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik inovasi produk dan promosi yang dilakukan maka akan semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan Toko “Roti Ridho”. Semakin tinggi minat beli konsumen akan berpengaruh pada semakin tinggi pula volume penjualan sesuai keinginan perusahaan.

#### B. Saran

1. Bagi Toko “Roti Ridho” perlu meningkatkan inovasi produk, semakin rutin melakukan inovasi dari produk yang ditawarkan maka konsumen tidak akan senggaman untuk melakukan pembelian. Hal tersebut dapat meningkatkan volume penjualan.
2. Toko “Roti Ridho” juga perlu meningkatkan promosinya, dengan cara melakukan iklan pada brosur atau *banner*, dan iklan di sosial media seperti *WhatsApp, Instagram, Facebook*. Toko juga dapat menerapkan

sistem COD atau *Cash On Delivery* dan sistem pesan antar, jadi konsumen tidak perlu datang ke toko untuk melakukan pembelian. Promosi tersebut akan sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan.

3. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan perusahaan untuk melakukan perbaikan, dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam meneliti masalah yang sama.