

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan penelitian ini, kesimpulan yang di dapat yaitu, berdasarkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh dapat diartikan bahwa variabel terikat Penjualan Perusahaan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas Promosi (X). Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Artinya nilai koefisien variabel bebas lebih dari 50% sehingga dinyatakan ideal mempengaruhi variabel terikat secara keseluruhan.

Hasil Penelitian untuk variabel bebas Promosi (X), menunjukkan Penjualan Perusahaan di PT. Aves Blitar banyak digemari oleh pelanggan diluar sana, dapat dilihat dari nilai rata-rata variabel (*mean variable*). Dari uji hipotesis variabel bebas Promosi (X) menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Perusahaan di PT Aves Blitar.

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang diambil mengenai hipotesis yang diajukan yaitu :

1. H_a diterima yaitu Promosi mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Penjualan perusahaan.
2. H_0 ditolak yaitu Promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan perusahaan

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di PT. Aves Blitar, dan memproses data-data dalam penelitian ini, ada beberapa saran dari peneliti yang diharapkan berguna di masa yang akan datang, dan menambah penjualan perusahaan di PT. Aves Blitar.

- 1) Sebaiknya PT. Aves Blitar lebih gencar dalam melakukan promosi di semua media. Pengenalan mengenai produk-produk PT. Aves Blitar melalui seminar ataupun penjelasan singkat di setiap iklan akan sangat membantu pelanggan untuk memahami tentang kegunaan produk.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya, penulis menyarankan agar lebih memperdalam bauran promosi, sehingga akan diketahui promosi manakah yang paling berpengaruh dan diharapkan bisa menjadi solusi perusahaan dalam meningkatkan penjualannya. Dan juga agar memperluas sampel dan memperbanyak responden. Semakin banyak responden, maka akan semakin mempermudah peneliti dalam menarik kesimpulan mengenai pengaruh promosi.