

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Pada bab ini, penulis akan menuliskan kesimpulan dari uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya yang kemudian dilanjutkan dengan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan masukan bagi Pempek Wak Ino Kertapati.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan analisis korelasi *product moment*, koefisien korelasi sebesar 0,9695 yang berarti hubungan bauran promosi dan penjualan sangat kuat, atau dengan kata lain bauran promosi berperan sangat kuat terhadap penjualan Pempek Wak Ino Kertapati.
2. Berdasarkan tabel 4.4, pada tahun 2020 dan 2022 biaya promosi yang digunakan Pempek Wak Ino Kertapati menurun. Maka berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa Pempek Wak Ino Kertapati belum konsisten dalam menggunakan bauran promosi setiap tahunnya.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang ada, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya Pempek Wak Ino Kertapati dapat memaksimalkan kegiatan promosi yang dilakukukan. Misalnya periklanan pada *Facebook Ads* ditingkatkan menjadi 7 hari dalam seminggu, atau memberikan hadiah yang lebih menarik untuk minimal pembelian tertentu.
2. Sebaiknya Pempek Wak Ino Kertapati menaikkan biaya promosi setiap tahunnya agar penjualan dapat meningkat dan mencapai target penjualan.