

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bedasarkan uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan membuat beberapa kesimpulan yang dilanjutkan dengan memberikan saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan yang bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan-kebijakan selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dengan menggunakan perhitungan koefisien korelasi dapat diketahui nilai (r) adalah sebesar 0,90 atau mendekati 1, berarti ada hubungan yang kuat dan positif antara biaya promosi dan volume penjualan, serta dapat diketahui bahwa peranan biaya promosi terhadap volume penjualan dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 81% dan sisanya sebesar 19% diperankan atau dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan untuk ramalan penjualan diperkirakan akan mengalami kenaikan sebesar Rp 56.763.600 setiap tahun dengan persamaan $Y = 559.860.600 + 56.763.600 (X)$.
2. Dengan biaya promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan saat ini belum bisa mencapai target penjualan yang telah ditentukan.

5.2 Saran

1. Ada baiknya perusahaan tetap melakukan evaluasi untuk tahun-tahun yang akan datang, serta tetap memperhatikan faktor-faktor lain yang ikut berperan dalam meningkatkan volume penjualan selain promosi.
2. Hendaknya Optic Ganda Palembang lebih gencar lagi melakukan kegiatan promosi dengan meningkatkan biaya promosi dan mengoptimalkan media promosi yang telah digunakan saat ini, misalnya selama ini hanya menggunakan brosur dan radio sebagai media iklan, maka sebaiknya

menambah media iklan dengan menggunakan internet seperti jejaring social. Perlu juga mempertimbangkan untuk tidak hanya menggunakan media iklan dan *sales promotion* saja.