

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

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

5.1 Kesimpulan

1. Secara simultan biaya personal selling, periklanan dan promosi penjualan memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan volume penjualan dengan persamaan linier $Y = 0,36 + 171,81 X$.
2. Biaya promosi personal selling merupakan biaya yang paling dominan terhadap peningkatan volume penjualan.
3. Biaya promosi periklanan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan.
4. Biaya promosi penjualan memberikan pengaruh negatif tinggi terhadap volume penjualan yang artinya semakin naik biaya promosi penjualan semakin turun volume penjualan.

5.2 Saran

1. Meskipun hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif antara biaya promosi terhadap volume penjualan, akan tetapi perusahaan perlu melakukan evaluasi kegiatan promosi sehingga biaya promosi yang dikeluarkan lebih efisien dan mampu meningkatkan volume penjualan
2. Dikarenakan biaya promosi yang paling dominan adalah biaya personal selling, hendaknya perusahaan menambahkan tenaga *sales* dan pramuniaga.
3. Perusahaan hendaknya mulai menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram dan website.

4. PT. Columbus Palembang sebaiknya mengurangi kegiatan pameran menjadi satu bulan sekali, *event* yang tidak penting dan jumlah *merchandise* yang akan diberikan kepada konsumen.