

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan sepeda motor Yamaha pada PT Thamrin Brothers Cabang Babat Toman, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Perhitungan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan PT Thamrin Brothers Cabang Babat Toman, dilihat dari perbandingan  $t_{hitung}$  sebesar 7,781 >  $t_{tabel}$  sebesar 3,182 dan perbandingan taraf signifikan 0,004 < 0,05.
2. Berdasarkan uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa besarnya Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan adalah 0,953 atau 95,3% sedangkan sisanya 4,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini seperti harga, kualitas pelayanan, persaingan dan lain-lain.

#### **1.2 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka penulis mempunyai beberapa saran yaitu:

1. Sebaiknya PT Thamrin Brothers Cabang Babat Toman menambahkan kegiatan promosi secara maksimal karena mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan volume penjualan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan misalnya memperluas area pemasangan spanduk seperti menitipkan spanduk-spanduknya di bengkel kecil yang tempatnya strategis, memperluas area pembagian brosur seperti daerah Sekayu, Rantau Panjang dan Karang Anyar sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan selalu *Update* media sosial yang sudah ada agar volume penjualan terus meningkat.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas dan menambah pemilihan variabel agar diperoleh gambaran mengenai faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan volume penjualan seperti *Brand Image*, Loyalitas pelanggan dan lain-lain.