

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

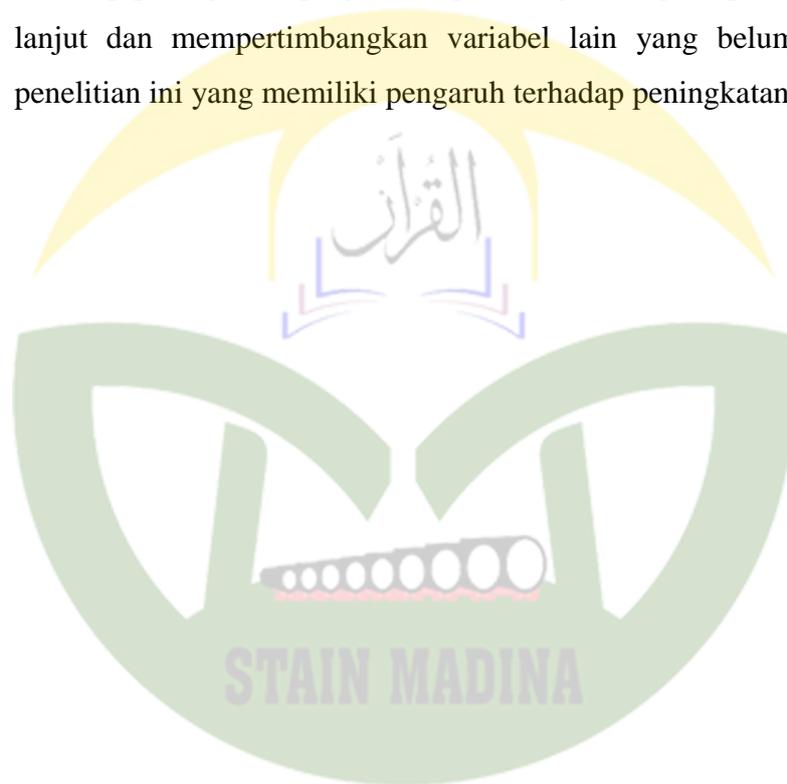
Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat di tarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi pada usaha bandrek UD.Nasution yang dilihat dari 5 indikator yaitu periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan langsung dengan pengukuran menggunakan skala likert. Dari ke 5 indikator tersebut pada indikator promosi penjualan pada kategori baik karena perusahaan dalam memberikan promosi masih berjalan dengan sangat baik sehingga konsumen merasa terpuaskan dan ingin membeli kembali, hal ini berarti bahwa promosi bagi konsumen sudah ditetapkan dan terencana dengan baik oleh perusahaan.
2. Peningkatan penjualan pada usaha bandrek UD.Nasution yang dilihat dari 3 indikator yaitu mencapai volume penjualan, mandapatkan laba dan menunjang pertumbuhan perusahaan. Dari ke 3 indikator tersebut pada indikator mendapatkan laba kategori baik, hal ini berarti bahwa peningkatan penjualan memenuhi pendapatan usaha UD.Nasution.
3. Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parsial (uji-t) bahwa nilai t_{hitung} promosi sebesar $2,834 > t_{tabel} 1,771$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara promosi terhadap peningkatan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,259 atau sebesar 25,9% yang artinya variabel X (promosi) dapat mempengaruhi variabel Y (penjualan) sebesar 25,9% dan sisanya 74,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan , maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan untuk lebih meningkatkan promosi guna meningkatkan penjualan dengan memperhatikan efektivitas dan efisien dalam hal penggunaan dana maupun media-media promosi.
2. Sebaiknya melakukan kegiatan promosi yang sesuai eksistensi produk/barang yang dijual, sehingga pencapaian tingkat penjualannya tetap meningkat sesuai dengan yang direncanakan.
3. Bagi peneliti lain yang berminat meneliti masalah pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan agar mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dan mempertimbangkan variabel lain yang belum diuji dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali. 2016.
- Abu Abdullah Muhammad bin Yazid al-Qazwainy. *Sunan Ibnu Majah*. Beirut: Dar el Fikr . 2008.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional. 2022.
- Arianty, Nel. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari pada PT.Indosat Tbk. Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*. Vol. 13 No. 1 Agustus 2013.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis Edisi Revisi*. Jakarta : Rineka Cipta. 2006.
- Batubara, Azmiani dan Rahmat Hidayat. Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman*. Vol. 4 No. 1 Februari 2016.
- Fajar, Laksana. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu. 2008.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 2014
- Husein, Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2011.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga. 2016.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat. 2013.
- Masrukhin. *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer edisi 2*. Kudus: Media Ilmu Press. 2007.
- Mulyadi. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat. 2008.
- Napitupulu, Runggu dan Christin Br Sirait. Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Shopee terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung Medan. *Jurnal Global Manajemen*. Vol. 11 No. 1 Juni 2022.

- Prasetyo, Budi dan Ynita Rismawati. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Harjagunatama Lestari Cabang Dakota. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akutansi*. Vol. III No. 1 Januari- Juni 2018.
- Riyanto, Agus *Statistik Deskriptif*. Yogyakarta: Nuha Medika. 2013
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2010.
- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty. 2001.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi. 2002.
- Togodly, Elisabet Henny Stientje Tarore, Tinneke Mesye Tumbel. Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 1 No. 1 Januari 2018.
- Zuriah, Nuzul. *Metodologi Penelitian Sosial Pendidikan Teori-Aplikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2005.

