

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada bab ini penulis dapat menyimpulkan pembahasan ke dalam beberapa poin di bawah ini:

1. Pelaksanaan kegiatan periklanan Toko Sinar Mutiara adalah dengan mengkombinasikan antara *product advertising* (penekanan pada produk), *brand image advertising* (penekanan pada merek produk) dan *company advertising* (penekanan pada nama perusahaan). Sedangkan media periklanan yang digunakan adalah melalui: media radio, media cetak, dan media *outdoor display*.
2. Berdasarkan hasil pengujian uji t diperoleh kesimpulan bahwa biaya periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.
3. Kontribusi pengaruh biaya periklanan (X) terhadap volume penjualan (Y) sebesar 0,932 atau 93,2 %, sementara sisanya 0,068 atau 6,8 % sebrupa kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti atau diikutsertakan dalam mode.

#### **5.2 Saran**

Berikut ini akan disajikan saran dari hasil penelitian yang ditemukan, yang mungkin dapat bermanfaat bagi pihak pemilik Toko Sinar Mutiara sebagai objek penelitian:

1. Untuk menentukan besarnya anggaran promosi penjualan sebaiknya dilakukan dengan metode least square, yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan pola perkembangan penjualan berdasarkan pada data-data penjualan masa lalu. Sehingga dapat diketahui atau diramalkan tingkat penjualan suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu.
2. Disarankan agar diadakan penelitian lebih lanjut dengan melakukan eksplorasi variabel periklanan melalui bauran promosi dengan pengukuran melalui persepsi konsumen agar didapatkan hasil yang lebih komprehensif
3. Selain faktor tersebut yakni biaya periklanan, faktor-faktor lain yang ikut dalam meningkatkan penjualan perlu juga ditingkatkan, di antaranya peningkatan penetapan harga, saluran distribusi dan kualitas pelayanan jasa. Jika semua faktor-faktor itu ditingkatkan maka besar kemungkinan hasil penjualan akan terus mengalami peningkatan