BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang diuraikan dalam bab IV dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis penelitian yang berbunyi ” Terdapat pengaruh yang signifikan antara Advertising terhadap Peningkatan Penjualan di PT HM Sampoerna, Tbk Agen Gorontalo” dapat diterima dan dapat diuji kebenarannya.
2. Hasil penelitian terhadap advertising dengan peningkatan penjualan menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi pada meningkatnya penjualan dapat dipengaruhi oleh periklanan. Besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh advertising sebesar 96.27 %. Tingkat koefisien ini menunjukkan bahwa advertising memiliki pengaruh yang kuat terhadap peningkatan penjualan Rokok Sampoerna.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk mempertahankan peningkatan penjualan sebaiknya pihak PT HM Sampoerna Tbk Agen Gorontalo lebih memperhatikan jenis produk, order atau permintaan pasar dan keputusan pembeli.

2. Sebaiknya pihak manajemen lebih meningkatkan penjualannya dengan cara mempermudah dan memperbanyak periklanan di media-media.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum advertising berada pada tingkat atau level sangat baik dalam meningkatkan penjualan, untuk itu agar di masa mendatang lebih ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari., 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jas.* Bandung: Alfabeta.

Arikunto Suharsimi, 2004, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Rineka Cipta, Jakarta

Assauri Sofyan, 2004, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*, Yokohama, PGI, Jakarta.

Ghazali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP Undip. Semarang

Kotler Philips, 2001, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, P.T Erlangga, Jakarta.

_____, 2009, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Prenhalino, Jakarta.

Lamb, 2001, *Marketing*, Ghalia Indonesia, Jakarta

Radiasunu, 1997, *Manjemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*, Tarsito, Bandung.

Riski Susanto. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris (Studi pada Lembaga Pendidikan ILP di Semarang)*. Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Semuel, Hatane. 2007. *Perilaku dan Keputusan Pembelian konsumen Restoran melalui Stimulas 50% Discount di Surabaya.* UNS

Setiadi J. Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta.

Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sondang P. Siagian, 2003, *Manajemen Strategi*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Sudjana. 2002. *Metode Statistik.* Bandung: Tarsito.

_____., 2002. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi.* Bandung : Tarsito

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi*; *Mixed Methods.* Banduung: Alfabeta

Swastha Basu D.H & Handoko T. Hani, 2000, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI