

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana, maka penelitian ini dengan judul Promosi Dan Omzet Penjualan pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo dapat diambil kesimpulan bahwa

1. Promosi secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap Omzet Penjualan. Hal ini dinyatakan dengan persamaan analisis regresi sederhana.
2. Dalam perhitungan keefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 71% variabilitas mengenai Omzet Penjualan terhadap PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo dapat dijelaskan melalui Promosi, Sedangkan yang 29% dipengaruhi oleh variabel lain yang bukan menjadi variabel dalam penelitian ini dan diharapkan untuk dapat diteliti bagi yang berkepentingan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis dan regresi disimpulkan bahwa variabel Promosi berpengaruh terhadap Omzet Penjualan di PT.

Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo, maka diharapkan kepada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo agar tetap mempertahankannya, karena Promosi merupakan faktor inti yang mampu mempengaruhi Omzet Penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni. 2006. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Adhi Candra Rosa Putra. "Pengaruh promosi terhadap volume penjualan produk dana tabungan pada pt. Bank riau-kepri cabang utama pekanbaru"
- Ardiansyah Rizky. Januari 2013. "*Pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap volume penjualan sepeda motor Honda.*" Volume 1 Nomor 1, Januari 2013
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua. Jakarta : Erlangaa
- Dwitha Ririn Triyani. 2012. Judul Skripsi "*Analisis Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Daihatsu Pada PT. Jujur Jaya Sakti Makassar.*" Skripsi : Makassar
- Ghozali, Imam. 2001. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler , Philip, and Amstrong. 2006. *Principles of Marketing*. Tenth Edition. Pearson Education International
- Kotler dan Keller. 2007. "*Manajemen Pemasaran, edisis 12.*" Indonesia. PT Indeks
- Kotler Philip, (2001), *Marketing Management, Analisis Planning, Impelementation and Control*, Prentice Hall
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta. Garaha Ilmu
- Lim Tanujaya, *Promosi dan Penjualan*, Salemba Empat, 2004.
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer behaviour*, Internasional Edition, Prentice Hall
- Simorangkir, O.P, 1985. *Pengantar Pemasaran Bank*. Penerbit Aksara ersada Pers, Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung. Alfabeta

Swastha Basu dan Irawan, 1990. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty
Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi, 1997. Strategi Pemasaran. Penerbit ANDI. Yogyakarta

