

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN-SARAN

Setelah penulis mengadakan penelitian dan mengadakan pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan atas segala sesuatu yang telah penulis kemukakan dan penulis dapat memberikan saran yang semoga dapat bermanfaat bagi Showroom Cemara Agung Motor dalam melakukan promosinya dimasa yang akan datang.

5.1 simpulan

1. Dalam pelaksanaan bauran promosi ini, perusahaan melakukan kegiatan di bidang *advertising*, yaitu brosur, surat kabar, spanduk, pemasangan billboard. Di bidang *promosi penjualan*, yaitu potongan harga, Demontrasi dan percobaan gratis. Di bidang *penjualan sendiri* yaitu mencari pelanggan baru. Di bidang *hubungan masyarakat* yaitu melakukan sponsorship untuk peringatan hari kemerdekaan, mengadakan kejuaraan - kejuaraan rutin baik dalam lokal maupun nasional seperti motor croos, road race.
2. Biaya bauran promosi pada tahun 2002 mengalami kenaikan dan juga mengalami penurunan karena kurangnya dana dan pemasangan iklan lebih sulit daripada dampak komunikasi yaitu membandingkan penjualan masa lalu
3. Volume penjualan Showroom Cemara Agung Motor dalam tahun 2002 adalah 5810 unit.
4. Dari perhitungan analisis statistik dengan menggunakan korelasi rank spearman didapat hasil $rs = 0,74$ yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara biaya promosi dengan volume penjualan yaitu peningkatan biaya promosi yang dikeluarkan oleh showroom akan meningkatkan hasil penjualan. Besarnya kegiatan promosi terhadap hasil penjualan didapat dari Koefisien determinasi sebesar 54,76

% Hal menunjukkan pengaruh kegiatan promosi terhadap hasil penjualan sebesar 54,76 % sedangkan sisanya sebesar 45,24 % dipengaruhi oleh faktor - faktor lainnya diluar promosi. Dari hasil uji signifikansi t hitung sebesar 3,476 sedangkan t tabel diperoleh sebesar 1,812, sehingga t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel dan t hitung berada di daerah penolakan H_0 . Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang berarti (signifikansi) antara Biaya Bauran promosi dengan hasil penjualan. Dengan demikian hipotesis yang dikemukakan oleh penulis adalah jika biaya promosi ditingkatkan (melalui peningkatan promosi) maka akan berpengaruh positif terhadap hasil penjualan.

5.2 Saran-saran

Dari hasil penelitian pada Showroom Cemara Agung Motor Bandung, penulis mencoba memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan mengenai kegiatan promosi sehingga dapat lebih meningkatkan volume penjualannya adapun saran-saran yang penulis ajukan adalah :

1. Untuk merebut pangsa pasar yang ada sebanyak mungkin, hendaknya showroom lebih mengencarkan kegiatan promosinya, terutama melalui periklanan dan promosi penjualan di daerah - daerah yang potensial. Hal ini dikarenakan promosi penjualan juga membuat konsumen dan calon konsumen menjadi tertarik akan produk - produk yang merupakan media promosi yang dapat menjangkau konsumen secara luas.
2. Mengadakan pendekatan yang baik dengan perantara – perantara dagang di pelosok - pelosok daerah sekitar Bandung, karena mediator dapat bersinggungan dengan masyarakat di sekitar tempat tinggalnya secara terus - menerus, sehingga dapat membangkitkan gairah dan citra untuk tetap menggunakan produk sepeda motor Honda.
3. Perusahaan perlu mengadakan koordinasi dengan kantor pusat dalam pelaksanaan pameran agar bentuk sales promosi ini dapat mencapai

hasil yang maksimal.

Demikianlah kesimpulan dan saran yang penulis sampaikan, semoga hasil penelitian ini memiliki nilai sumbangsih yang besar bagi perusahaan baik sekarang dan pada waktu yang akan datang.