



Berdasarkan gambar diatas,  $t_{hitung} = 5,97$  dan  $t_{tabel} = 2,353$  berada di daerah penolakan  $H_0$ . Hal ini berarti hipotesis yang penulis ajukan : jumlah Aktivitas Promosi (Advertising dan Sales Promotion) yang dipakai maka Volume Penjualan akan meningkat” dapat diterima.



## Bab V

### Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelusuran dari hasil penelitian yang dilakukan pada Distro Arena Experience dan analisis mengenai Aktivitas Promosi terhadap Volume Penjualan, maka penulis mencoba menarik kesimpulan dan mencoba mengajukan beberapa saran yang mungkin berguna bagi pertimbangan perusahaan yang diteliti oleh penulis dimasa-masa yang akan datang.

## 5.1 Kesimpulan

1. Pelaksanaan Aktivitas Promosi yang dilakukan Distro Arena Experience menggunakan dua alat promosi yaitu *Advertising* dan *Sales Promotion*. Perusahaan menggunakan dua alat promosi tersebut bertujuan agar produk dari Distro Arena Experience lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan begitu para konsumen lebih mudah untuk mengetahui keberadaan Distro Arena Experience.
2. Tujuan perusahaan melakukan aktivitas promosi adalah:
  - a. Untuk memperkenalkan produk
  - b. Meningkatkan hasil penjualan
  - c. Menghadapi pesaing
  - d. Memberikan informasi
3. Aktivitas promosi yang dilakukan oleh Distro Arena Experience terdiri dari beberapa rencana aktivitas yang diharapkan dapat menarik minat calon pembeli, antara lain:
  - a. Periklanan (*Advertising*)
    - a.1 media cetak seperti majalah dan brosur
    - a.2 media elektronik seperti radio dan internet
    - a.3 billboard
  - b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
    - b.1 Mengadakan Pameran-Pameran
    - b.2 Kick Fest
  - c. Mengadakan diskon penjualan yang biasanya diberikan awal tahun dan menjelang lebaran
  - d. Memberikan hadiah-hadiah
    - d.1 pin
    - d.2 sticker dan
    - d.3 majalah
  - e. Mengadakan acara-acara/event
    - e.1 kompetisi skateboard
    - e.2 kompetisi band
    - e.3 sponsor event dan
    - e.4 Endorsement para pengisi acara

4. Volume Penjualan Distro Arena Experience selama beberapa tahun terakhir Volume Penjualannya naik turun. Hal ini disebabkan karena banyaknya persaingan dari para pengusaha distro-distro dikota Bandung yang meningkat cukup banyak. Oleh karena itu tahun 2012 Distro arena mengalami penurunan penjualan.
5. Hubungan Aktivitas Promosi dalam peningkatan Distro Arena Experience berpengaruh sangat kuat, karena dalam Aktivitas Promosi menggunakan dua alat promosi yaitu Advertising dan Sales Promotion. Dua alat promosi Advertising dan Sales Promotionlah yang mempengaruhi perusahaan dalam memperkenalkan Distro Arena kepada konsumen.
6. Dari perhitungan statistic diperoleh nilai analisis koefisien korelasi sebesar 0,974. Hal ini menunjukkan bahwa nilai r mendekati nilai 1, berarti terdapat hubungan yang kuat antara Aktivitas Promosi dengan hasil penjualan yang bersifat searah, artinya hubungan antara Aktivitas Penjualan dengan hasil penjualan mendekati nilai sempurna. Berdasarkan perhitungan menggunakan analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai kd sebesar 94,87%.hal ini menunjukkan kontribusi dari Aktivitas Promosi terhadap peningkatan hasil penjualan sebesar 94,87%, sisanya merupakan hasil yang dipengaruhi oleh factor lain diluar Aktivitas Promosi. Sedangkan dari hasil uji hipotesis dengan menggunakan tarif kesalahan sebesar 5% dimana t hitung = 5,97 lebih besar dari pada t tabel yang artinya Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini berarti Volume Penjualan berperan positif terhadap volume penjualan.

Dengan demikian hipotesis yang diajukan penulis yaitu:

**“Jika Biaya Aktivitas Promosi Ditingkatkan Maka Volume Penjualan Distro Arena Experience Akan Meningkat”**

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan guna memperbaiki pelaksanaan Aktivitas Promosi demi kemajuan perusahaan, diantaranya sebagai berikut:

1. Distro Arena Experience diharapkan dapat meningkatkan Aktivitas Promosi dari media yang digunakan dalam mempromosikan produk-produknya.
2. Distro Arena Experience dapat melakukan promosi salah satunya dengan cara seasoned sale, karena dengan adanya diskon musiman bisa dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

3. Distro Arena Experience adalah sebagai perusahaan yang komersil, Arena dapat memberikan sisi idealisnya dari desain yang unik dan tidak menghasilkan produk secara massal.
4. Pemilihan Endoserment yang akan di Endorse oleh Distro Arena Experience dapat lebih selektif, dengan pertimbangan konsumen yang sebelumnya belum pernah melakukan pembelian di Distro Arena Experience, karena melihat seseorang yang menjadi idola konsumen memakai produk Distro Arena Experience menjadi tertarik untuk menjadi konsumen Distro Arena Experience.
5. Format iklan yang harus ditampilkan harus dapat menggugah konsumen atau calon konsumen merasa penasaran, hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan ukuran font yang lebih besar untuk merek atau warna yang sangat cerah dan desain yang unik.

