BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian uji signifikansi dengan $\alpha=5\%$ (0,05). Seluruh variabel bebas > standar signifikansi sehingga seluruhnya tidak ada variabel yang berpengaruh signifikan terhadap *volume* penjualan. Sehingga dapat disimpulkan biaya bauran promosi yang dikeluarkan oleh PT.Pesona Gerbang Karawang tidak berpengaruh signifikan terhadap *volume* penjualan.
2. Berdasarkan hasil penelitian pengujian hipotesis dengan $\alpha=5\%$ (0,05) sebesar 2,571. Seluruh t variabel < t tabel sehingga seluruhnya tidak ada variabel yang secara parsial atau terpisah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *volume* penjualan. Semua variabel berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *volume* penjualan. Tidak ada variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap *volume* penjualan.

B. Saran

1. Perusahaan harus mengevaluasi dan memilih media promosi yang digunakan agar efektif dalam meningkatkan *volume* penjualan. Diperlukan juga solusi dalam memecahkan

permasalahn terkait biaya bauran pemasaran yang dianggarkan tidak signifikan terhadap *volume* penjualan.

2. Terkait keseluruhan variabel bauran promosi yang tidak signifikan berpengaruh terhadap *volume* penjualan, perusahaan disarankan untuk memiliki strategi *alternative* untuk dapat meingkatkan *volume* penjualan.