

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara bauran promosi dengan volume penjualan pada pelanggan Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji. Agen LPG yang memiliki bauran promosi tinggi terhadap perusahaan maka volume penjualan perusahaannya semakin tinggi, sebaliknya jika kurang melakukan promosi terhadap perusahaan maka akan mengakibatkan menurunnya volume penjualan dari perusahaan.

Variabel bauran promosi (X) terdiri dari 5 indikator, indikator periklanan adalah indikator yang memiliki skor rata-rata tertinggi, ini berarti indikator tersebut mendominasi indikator dari bauran promosi sebesar 21%.

Volume penjualan pada Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji ditentukan oleh bauran promosi sebesar 60,67% dan sisanya sebesar 39,33% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti selera konsumen, kualitas barang, bintang iklan, pengembangan produk, citra perusahaan, dan daya beli konsumen.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara bauran promosi dengan volume penjualan pada pelanggan Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji. Hal ini membuktikan bahwa

bauran promosi merupakan salah satu faktor yang menentukan volume penjualan.

Implikasi dari penelitian ini adalah Puskoppolda Metro Jaya Unit Elpiji harus memanfaatkan bauran promosi pada pelanggannya dengan baik, sehingga dapat merangsang kenaikan volume penjualan. Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa periklanan adalah faktor yang paling dominan. Maka bauran promosi yang baik adalah yang memiliki nilai periklanan yang tinggi, yang bisa memberikan pengaruh terhadap volume penjualan, sehingga volume penjualan bisa ikut meningkat.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan volume penjualan adalah:

1. Perlu adanya kepedulian instansi terkait, dalam hal ini pihak Pertamina yang membina pengusaha agen LPG.
2. Para agen LPG perlu mengetahui dan memahami bauran promosi yang mendukung volume penjualan. Upaya ini bertujuan supaya pengusaha agen LPG mampu mengatasi permasalahan yang mungkin akan terjadi.
3. Selain memperhatikan faktor periklanan dalam memperkenalkan produknya, sebaiknya agen LPG memperhatikan penjualan perorangnya untuk memperkenalkan produk yang ingin ditawarkan karena dari penjualan perorangan, antara penjual dan pembeli mendapatkan respon langsung antara satu sama lain.