

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan bab IV maka :

1. Biaya promosi yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi akan mempengaruhi peningkatan volume penjualan. Artinya promosi penjualan khususnya personal selling mempunyai pengaruh yang kuat terhadap peningkatan volume penjualan. Sedangkan insentif yang diberikan perusahaan kepada marketing juga mempengaruhi volume penjualan tetapi semakin tinggi volume penjualan tidak berpengaruh dengan semakin besarnya insentif yang diterima oleh marketing. Hal ini disebabkan oleh adanya aturan yang diberlakukan di PT. X seperti yang dijelaskan pada bab IV.
2. Variabel dominan yang mempengaruhi volume penjualan adalah biaya promosi. Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka semakin tinggi pula volume penjualannya.

B. SARAN

1. Untuk lebih meningkatkan volume penjualan, maka sebaiknya PT. X meningkatkan kegiatan promosi yang efektif dan terencana sehingga informasi baik tentang mutu barang maupun harga dapat diterima oleh masyarakat luas. Dan PT. X sebaiknya mengambil langkah untuk lebih

meningkatkan promosi dengan cara *personal selling*, karena dengan cara tersebut dinilai lebih efektif dalam mengenalkan produk kepada *customer* maupun *user* disamping itu juga menghemat biaya.

2. Promosi sangat berpengaruh terhadap volume penjualan terutama di perusahaan farmasi, hendaknya PT. X lebih memperhatikan promosi untuk memperkenalkan produk – produknya sehingga produk kompetitor tidak masuk.