

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pembahasan bab IV mengenai pengaruh *marketing mix* terhadap volume penjualan Nadhifa maka kesimpulannya sebagai berikut:

Dilihat dari hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa , *price*, *place*, *promotion*, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan produk Nadhifa. Maka H1 diterima atau dengan kata lain bahwa dugaan yang menyatakan , *price*, *place*, *promotion*, berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk Nadhifa terbukti. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial menyatakan bahwa variabel , *price*, tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk Nadhifa, sedangkan *place*, *promotion* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan produk Nadhifa.

Hasil penilaian β pada analisis regresi liner berganda menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang paling dominan dibandingkan dengan variabel , *price*, dan *place*. Dengan kata lain bahwa dugaan yang menyatakan (X1) berpengaruh dominan terhadap volume penjualan adalah tidak terbukti. Hal ini juga diperjelas oleh hasil *crosstab* antara lama bergabung dan posisi responden di Nadhifa dengan variabel *promotion* (X4) yang mana dari enam indikator variabel *promotion* responden lebih banyak menjawab koesioner dengan jawaban setuju 45,0%, sedangkan sisanya untuk jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral. Semakin lama bergabung di Nadhifa baik stokis maupun agen sangat

terlihat jelas bahwa dalam hal promosi mereka semakin fasih dan terlatih karena mereka semakin menguasai pasar, serta didukung semakin banyaknya orang yang mengenal akan produk yang ditawarkan oleh dirinya. Promosi yang unik dan intens akan membuat Volume penjualan Nadhifa semakin tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Untuk kondisi tersebut tetap dapat dipertahankan dan dapat ditingkatkan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

Sebagai Nadhifa dapat mengembangkan , *price*, *place* (saluran distribusi) misalnya dengan membuat produk yang lebih kreatif serta memberikan diferensi pada Nadhifa sehingga konsumen lebih tertarik, memberikan harga yang kompetitif dengan dibandingkan lain dan memberikan potongan harga pada konsumen yang loyal, serta mempunyai saluran distribusi yang strategis, tempat yang luas dan mudah dijangkau oleh konsumen, agar konsumen semakin berminat untuk melakukan pembelian pada *Home Industry* Nadhifa.

Untuk penelitian yang akan datang, perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain , *price*, *place*, *promotion*, yang berpengaruh terhadap volume penjualan. Karena dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut hanya mampu menjelaskan 3,8% faktor yang berpengaruh terhadap volume penjualan pada *Home Industry* Nadhifa, sehingga masih ada peluang untuk mengembangkan penelitian ini.