

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel periklanan berpengaruh terhadap penjualan PT Arnotts Indonesia. Konsumen merasa puas dengan iklan yang disuguhkan PT Arnotts Indonesia. Merasa bahwa dengan adanya iklan di tv atau di social media manapun konsumen tertarik untuk membeli produk dari PT Arnotts Indonesia.
2. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel *direct marketing* tidak berpengaruh terhadap penjualan PT Arnotts Indonesia. Karena *direct marketing* memiliki konsep yang rumit, yang melibatkan beberapa orang dan terjadinya salah dalam pengolahan data dalam berpromosi.
3. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel *event and experiences* tidak berpengaruh terhadap penjualan PT Arnotts Indonesia. Karena customer datang hanya untuk mengikuti *event* saja. Bukan untuk mengenal lebih dalam tentang produk tersebut.
4. Bahwa hasil pengujian secara simultan variabel bebas periklanan, *direct marketing* dan *event and experiences* secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat penjualan sebesar 37.2 persen dan sisanya sebesar 62,8 persen merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi Manajerial

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan hasil penelitian ini antara lain :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini perusahaan lebih mengembangkan iklan yang dapat menarik konsumen. Dengan melalui social media di zaman

yang modern ini banyak sekali konsumen menggunakan social media yang begitu luas.

2. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa *direct marketing* dan *event and experiences* tidak berpengaruh positif secara signifikan pada penjualan PT Arnotts Indonesia. Perusahaan lebih baik mengurangi budget untuk mengadakan event keberbagai kota dan lebih mengadakan promo yang menarik lainnya seperti potongan harga.
3. Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya *pandemic* Covid-19 seharusnya perusahaan lebih mengembangkan dengan inovasi produk terbaru agar tidak terjadinya penurunan yang begitu signifikan pada perusahaan.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini lain seperti kualitas produk, promosi, dan *personal selling* yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait dengan penjualan.

