

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *salesmanship* dan promosi memiliki pengaruh terhadap volume penjualan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan (studi pada konsumen PT BDR) didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh *salesmanship* terhadap volume penjualan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, menunjukkan bahwa t hitung variabel (X_1) *salesmanship* 2,523 dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,014 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan secara partial ada pengaruh signifikan antara variabel *salesmanship* terhadap volume penjualan.

2. Pengaruh promosi terhadap volume penjualan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, bahwa t hitung variabel (X_2) promosi 7,167 tabel yaitu 7,167 dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan secara partial ada pengaruh signifikan antara variabel promosi terhadap volume penjualan.

3. Pengaruh *salesmanship* dan promosi terhadap volume penjualan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,005$, maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan *salesmanship* dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan

5.2. Implikasi dan Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, implikasi manajerial yang dituangkan yaitu *sales* yang sudah dibekali oleh pelatihan *sales academy* yang merupakan program pelatihan dari perusahaan akan menghasilkan tenaga kerja penjualan yang berupa *salesmanship*, *salesman* yang sudah dibekali pelatihan akan menambah pengetahuan terhadap produk yang dijual, pelayanan yang diberikan terhadap konsumen sehingga akan menghasilkan bisnis yang

berkepanjangan dan menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen dan promosi strata yang berjalan terhadap produk kopi Golda akan lebih meningkatkan pelayanan dan pengetahuan terhadap barang yang dijual sehingga dapat menciptakan volume penjualan, guna dapat bersaing di pasaran dan mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang.



DAFTAR PUSTAKA