

# BAB V

## PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan pembahasan dan analisis, maka selanjutnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H1 yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan kabel pada PT Kabelindo Murni, Tbk yang mana ditunjukkan dengan hasil  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dalam hal ini Harga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap Volume Penjualan kabel di PT Kabelindo Murni, Tbk. Yang menjadi penting Harga yang diperoleh jika memenuhi kualitas yang baik akan sangat mempengaruhi tingkat Penjualan.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini H2 yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan kabel pada PT Kabelindo Murni, Tbk yang mana ditunjukkan dengan hasil  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Volume Penjualan. Hasil ini menunjukkan bahwa Promosi yang meliputi Advertising, personal selling, sales promotion, public relation, dan direct marketing harus sangat-sangat diperhatikan untuk meningkatkan Volume Penjualan pada PT Kabelindo Murni, Tbk.
3. Dari hasil uji  $f$  H3 yang menyatakan bahwa Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan kabel pada PT Kabelindo Murni, Tbk yang mana uji  $f$  menunjukkan  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini juga menunjukkan bahwa Harga merupakan suatu hal yang sangat penting maka dari itu, perusahaan harus selalu memikirkan harga yang cocok pada kualitas produk yang diberikan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada PT Kabelindo Murni, Tbk . Dan juga bahwa Promosi yang meliputi Advertising, personal selling, sales promotion, public relation,

dan direct marketing harus diperhatikan untuk meningkatkan Volume Penjualan pada PT Kabelindo Murni, Tbk.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk Perusahaan Kabelindo Murni Tbk dalam menentukan kebijakan Instansi yang berkaitan dengan *Harga , Promosi Dan Volume Penjualan* dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut :

### 1. Bagi Instansi

- a. Untuk Harga dalam hasil kuesioner pada pernyataan nomor 2 merupakan skor yang terendah. Menurut saran penulis, di rasa harga kabel yang ditawarkan oleh PT Kabelindo Murni,Tbk belum dapat sesuai dengan manfaat apa yang didapat oleh konsumen. Sehingga perusahaan diharuskan dapat memberikan maafaat lebih dari suatu produk yang disesuaikan dengan harga yang sesuai dengan nilai tambah dari suatu produk itu sendiri. Ada baiknya perusahaan membuat lebih banyak variasi harga kabel seperti harga paketan atau borongan yang disesuaikan dengan tipe kabel nya.
- b. Untuk Promosi dalam hasil kuesioner pada pernyataan nomor 7 merupakan skor terendah, menurut saran penulis, seharusnya Promosi yang diberikan pada website resmi PT Kabelindo Murni Tbk atau melalui e-commerce lain nya lebih diupdate terus sehingga mudah kan konsumen mendapatkan informasi yang valid. Promosi yang diberikan bisa berupa potongan harga atau bonus jika konsumen membeli dalam satuan kabel yang banyak.
- c. Untuk Volume Penjualan dalam hasil kuesioner pada pernyataan nomor 8 merupakan skor terendah, menurut saran penulis, ternyata kenaikan harga yang diterapkan dengan harapan akan meningkatkan volume penjualan tidak selalu tepat, pada kenyataan nya dengan menaikkan harga kabel para konsumen akan mencari produk kabel lain yang harga nya lebih terjangkau, maka dari itu untuk PT. Kabelindo Murni Tbk, boleh saja menaikkan harga produk kabel dengan harapan akan menaikkan volume penjualan namun jangan terlampau tinggi harga nya.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan kabel pada PT Kabelindo Murni, Tbk. Dan juga dapat menjadi referensi untuk meneruskan penelitian yang lebih detail dari pada penelitian ini. Dan jika penelitian selanjutnya memilih objek yang sama lebih baiknya menggunakan variable-variabel yang sangat jelas fenomena yang ada pada perusahaan sehingga hasil yang di dapat lebih meyakinkan perusahaan dalam perubahan dimasa yang akan datang.

## 3. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Diharapkan mampu memanfaatkan penelitian ini dengan tujuan dapat menjadi referensi bagi para calon peneliti yang mengangkat dengan judul yang sama atau subjek yang sama. Sehingga penelitian ini sangat berguna untuk para junior atau senior menjadi bahan bacaan di perpustakaan