

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dimana penulis menganalisis terkait Kualitas Produk sebagai variabel X1, Inovasi Produk sebagai variabel X2, Promosi sebagai variabel X3, dan Volume Penjualan sebagai variabel Y sehingga penulis menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
2. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti selama proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan oleh peneliti-peneliti di masa yang akan datang untuk meningkatkan kualitas penelitian. Penelitian ini memiliki kekurangan yang harus diperbaiki dalam penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah responden yang hanya 80 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan

dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

### **5.3 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan yang telah dilakukan mengenai Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Volume Penjualan di Shanii konveksi, Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan meskipun seperti itu penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

1. Bagi Shanii Konveksi
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi
  - b. Untuk dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan / mitra bisnis terhadap produk sehingga perusahaan bisa terus berkembang.
2. Bagi Akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai pengaruh kualitas, inovasi produk, dan promosi terhadap volume penjualan di Shanii konveksi.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait variabel dan objek yang sama.