

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Peneliti melaksanakan penelitian dengan judul Pengaruh Efektivitas Komunikasi Pemasaran Sales Penjualan (*Sales Promotion*) (Variabel X) Terhadap Tingkat Penjualan Soft Loan Bank DBS cabang Bekasi (Variabel Y). Peneliti Menggunakan metode Kuantitatif sebab peneliti ingin mengetahui terdapat pengaruh antara Variabel X dengan Variabel Y.

Pada Variabel Y peneliti menggunakan Bauran Komunikasi Pemasaran untuk mengetahui Terhadap Tingkat Penjualan Soft Loan Bank DBS cabang Bekasi yang dilandasi oleh klasifikasi pembeli dilihat melalui 4P, Menurut Kotler (2000:125) bauran pemasaran terdiri dari empat jenis yang dikenal sebagai 4P (*Produk, Price, Place, Promotion*) terdapat 60 butir pernyataan yang valid yang digunakan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan Bank DBS Indonesia Cabang Bekasi.

Peneliti menggunakan metode enter dalam uji regresi (R) yaitu sebesar 0,877 atau (87,7), dengan output statistic koefisien determinasi (*R Square*) Sebesar 0,875, maka dari itu pengaruh Variabel Komunikasi Pemasaran (X) terhadap Variabel Tingkat Penjualan Soft Loan Bank DBS cabang Bekasi (Y) adalah -0,613. Dalam penelitian ini t hitung adalah 19,971 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini ialah Efektivitas Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Sales Penjualan cabang Bekasi berpengaruh terhadap tingkat Penjualan Soft Loan Bank DBS Indonesia.

5.2. Saran

- a. Untuk peneliti selanjutnya yang melihat penelitian ini bisa mengembangkan kembali dengan menambahkan varian variabel lainnya supaya lebih baik.
- b. Untuk lebih meningkatkan penjualan soft loan ini pihak bank harus lebih memperbaiki tingkat promosi yang dilakukannya sehingga semakin banyak nasabah yang tertarik.
- c. Penelitian ini harus lebih dikembangkan karena masih ada beberapa pengaruh dari variabel yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Dan masih banyak kekurangan dalam tutur kata yang diajukan dalam penelitian ini.



