

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pelaksanaan Pengembangan Produk Properti dan Targeting Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di PT. Summarecon Agung Tbk Bekasi” maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil Uji t (parsial variabel pengembangan produk menghasilkan t hitung 3,426 > t tabel 1,984, maka selanjutnya dapat disimpulkan bahwa H_1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya adanya pengaruh Pengembangan Produk (X1) terhadap Volume Penjualan (Y) secara positif dan signifikan.
2. Hasil Uji t (parsial) variabel targeting t hitung 10,744 > t tabel 1,984, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H_2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya ada pengaruh Targeting (X2) terhadap Volume penjualan (Y) secara positif dan signifikan.
3. Hasil Uji F (simultan) menunjukan F hitung 299,971 > F tabel 3,09, maka selanjutnya dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Pengembangan Produk (X1) dan Targeting (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuji menggunakan analisis regresi linier berganda, maka dapat dipastikan bahwa pengembangan produk dan targeting mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Summarecon Agung Tbk Bekasi. Dan berdasarkan hasil dari penelitian, hasil pembahasan, serta kesimpulan, maka implikasi manajerial yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

- a) Dari hasil pengembangan produk, perusahaan dan manajemen hendaknya membuat fasilitas yang memadai dan memberikan produk yang lebih

berkualitas baik, sehingga konsumen akan terus membeli produk di PT. Summarecon Agung Tbk Bekasi sebagai pilihan tetapnya dan konsumen atau pelanggan akan merasa puas terhadap produk yang di pasarkan oleh PT. Summarecon Agung Tbk Bekasi, akan terus meningkat, dan akan lebih unggul dari perusahaan atau para pesaing lainnya.

- b) Dari hasil targeting, perusahaan dan manajemen hendaknya melakukan pengembangan strategi produk, strategi distribusi dan strategi promosi sehingga banyaknya konsumen yang lebih tertarik memilih produk PT. Summarecon Agung Tbk Bekasi, dan juga dapat meningkatkan volume penjualan.
- c) PT. Summarecon Agung Tbk Bekasi diharapkan mampu untuk menjaga konsumen atau pelanggannya agar tetap puas terhadap produk yang dikembangkan dan targeting sehingga volume penjualan di PT. Summarecon Agung Tbk Bekasi dapat meningkat setiap tahunnya.
- d) Penelitian yang peneliti tulis hanya terbatas kepada pelaksanaan pengembangan produk dan targeting terhadap peningkatan volume penjualan, bagi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian yang sama sebaiknya dapat menambahkan variabel - variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau variabel lain sebesar 13,9% yang berhubungan seperti harga, pelayanan, dan kualitas.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas maka dapat diberikan saran, adapun manfaat yang diharapkan untuk dapat dipertimbangkan, antara lain sebagai berikut :

1. Bagi para pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi atau menambah wawasan dan pengetahuan terkait dengan volume penjualan serta faktor – factor yang mempengaruhi tentang volume penjualan.
2. Bagi perusahaan PT. Summarecon Agung Tbk Bekasi, agar dapat terus menerus meningkatkan pengembangan produk yang berkualitas dan memiliki design

yang berbeda dari perusahaan lainnya. Sehingga dapat terus meningkatkan volume penjualannya setiap tahunnya.

3. Bagi pihak Universitas diharapkan dapat menyediakan berbagai jurnal - junal penelitian atau buku yang lebih lengkap dan mencakup semua aspek yang dibutuhkan oleh mahasiswa dalam menyusun tugas.
4. Bagi Peneliti Lain, disarankan pada peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian dengan metode yang sama tetapi dengan variabel, unit analisis dan sampel yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep diterima secara umum.

