

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Upaya yang dilakukan dealer Armada Pagura Jaya Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan adalah melalui iklan pada media cetak maupun elektronik. Kegiatan periklanan ini dilaksanakan secara skedul yang sudah ditetapkan oleh perusahaan
2. Aktivitas pemasangan iklan baik pada media cetak maupun elektronik mengalami rata rata pertumbuhan sebesar 3,7 % tipe kuartal selama empat tahun terakhir. Rata – rata pertumbuhan biaya pemasangan iklan baik pada media cetak maupun elektronik mengalami rata rata peningkatan sebesar 10.1 % tiap kuartal selama empat tahun terakhir. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa volume penjualan mengalami rata rata peningkatan sebesar 7.6 % tiap kuartal selama empat tahun terakhir dan omzet penjualan mengalami rata rata peningkatan sebesar 7.6 % tiap kuartal selama empat tahun terakhir
3. Pada perhitungan Least square biaya periklanan dan frekuensi periklanan diketahui bahwa prediksi biaya periklanan untuk 2013 (Kawratal II-III) dan tahun 2014 (Kwartal I-III). terus mengalami peningkatan. Omzet penjualan dan volume penjualan diketahui bahwa prediksi omzet penjualan untuk 2013 (Kawratal II-III) dan tahun 2014 (Kwartal I-III). terus mengalami peningkatan

4. Secara keseluruhan, variabel bebas yang terdiri dari variabel Biaya Periklanan (X_1), dan variabel Frekuensi Periklanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Volume Penjualan sepeda motor Yamaha pada dealer Armada Pagora Jaya Tulungagung (Y)
5. Secara parsial, masing-masing variabel bebas yang terdiri dari variabel Biaya Periklanan (X_1), dan variabel Frekuensi Periklanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Volume Penjualan sepeda motor Yamaha pada dealer Armada Pagora Jaya Tulungagung (Y).

B. Saran

1. Mengacu pada hasil penelitian variabel Biaya Periklanan dan variabel Frekuensi Periklanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Volume Penjualan sepeda motor Yamaha pada dealer Armada Pagora Jaya Tulungagung (Y) yang merupakan indikator bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Hal ini dapat dijadikan konsep dan acuan bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan penjualan yang dikelola perusahaan guna meningkatkan segala kegiatan yang berhubungan dengan indikator-indikator tersebut.
2. Dengan tingginya minat pembelian konsumen merupakan suatu peluang bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan penjualan.