

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang peramalan dan faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada agroindustri apel CV. Bagus Agriseta Mandiri, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan adalah dengan memberlakukan potongan harga, mendistribusikan produk ke sekitar Malang Raya dan Kota Batu, melakukan periklanan, *personal selling*, *sales promotion* serta *public relationship*.
2. Dari seluruh perhitungan diketahui kenaikan volume penjualan paling besar dipengaruhi oleh variabel biaya saluran distribusi dimana setiap peningkatan nilai sebesar 1 juta rupiah, maka nilai volume penjualan akan mengalami peningkatan paling signifikan yaitu pada saluran distribusi yaitu sebesar 6,406 ribu rupiah, biaya promosi 3,442, potongan harga 3,046, dan yang tidak terlalu berpengaruh secara signifikan adalah pendapatan penjualan yaitu 0,270 ribu rupiah. Dalam hal ini perusahaan dapat melihat kemungkinan-kemungkinan naiknya volume penjualan dengan memperhatikan variabel-variabel yang telah digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan volume penjualan. Variabel yang berpengaruh terhadap volume penjualan sari apel pada agroindustri apel CV. Bagus Agriseta Mandiri antara lain: Variabel harga produk tersebut, pendapatan penjualan, potongan harga, biaya saluran distribusi, dan biaya promosi harga terhadap variabel dependen (volume penjualan) berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan.

6.2. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah diperoleh, maka dapat disarankan:

1. Bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah produksi sari apel dapat memperhatikan pendapatan penjualan, potongan harga, biaya saluran distribusi, dan biaya promosi harga sehingga dengan tercapainya penjualan yang diinginkan.

2. Untuk membuat kebijakan-kebijakan berkaitan dengan keputusan penentuan harga sari apel, pemberian potongan harga, serta memaksimalkan promosi agar peningkatan volume penjualan semakin mengalami kenaikan yang signifikan.

