BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Persamaan liniear sederhana VP = 86029,393 + 248039 BP, diketahui nilai konstanta sebesar 86029,393 bahwa apabila nilai variabel biaya promosi diasumsikan konstan, maka nilai dari volume penjualan sebesar Rp. 86029,393-, perbulan. Biaya promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan pada Cafe JMbaran Kota Langsa.
2. Koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan pada nilai *R square* diperoleh sebesar 0,250 atau 25,0% dapat dinyatakan biaya promosi memberikan pengaruh terhadap volume penjualan sebesar 25,0% dan sisanya 75,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil uji t menyatakan bahwa secara parsial variabel biaya promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap volume penjualan karena t sig 0,058 lebih besar dari nilai signifikan sebesar 0,05.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Mengingat biaya promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap volume penjualan karena biaya promosi yang dikeluarkan tidak setiap bulannya, maka

pihak perusahaan perlu meningkatkan biaya promosi sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada Cafe JMbaran Kota Langsa.

2. Bagi perusahaan perlu menambahkan berupa iklan di radio agar masyarakat lebih mengetahui adanya promosi yang akan di promosikan pada Cafe Jmbaran sehingga berpengaruh terhadap volume penjualan pada Cafe JMbaran Kota Langsa dan menambahkan desain di Cafe tersebut karna pada umumnya konsumen datang ke Cafe bukan hanya untuk makan dan minum kebanyakan pada zaman sekarang desain Cafe memberikan pengaruh yang cukup besar sehingga akan berpengaruh pada volume penjualan Cafe JMbaran Kota Langsa.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti produk dan harga jual sehingga penelitian ini lebih bervariasi.