

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Biaya promosi usaha Dapoer Rendang Riry yang telah dikeluarkan selama ini yang terdiri dari biaya promosi web, biaya plang, biaya spanduk, biaya iklan radio serta biaya jasa mobil, berpengaruh terhadap penjualan pada produk rendang di Kota Payakumbuh. Bertambahnya biaya promosi yang dikeluarkan maka penjualan rendang juga meningkat. Biaya promosi yang dikeluarkan usaha Dapoer Rendang Riry sebanyak Rp. 16.428.000.
2. Dengan media promosi yang dilakukan usaha Dapoer Rendang Riry untuk meningkatkan penjualan berpengaruh positif terhadap penjualan. Penjualan usaha Dapoer Rendang Riry Rp.1.313.629.000 dengan rata-rata perbulan Rp.54.734.541.6.
3. Pengaruh biaya promosi terhadap penjualan dilihat berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa biaya promosi yang terdiri atas biaya promosi yang terdiri dari biaya web, biaya plang, biaya spanduk, biaya iklan radio, serta biaya jasa mobil secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada produk rendang di Kota Payakumbuh.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan saran sebagai berikut :

1. Disarankan kepada pihak usaha rendang di Kota Payakumbuh untuk menerapkan kebijakan biaya promosi yang relevan untuk diterapkan dimasa mendatang yaitu biaya promosi yang terpadu dengan mengkombinasikan seluruh kegiatan promosi baik melalui biaya biaya promosi yang terdiri dari biaya web, biaya plang, biaya spanduk, biaya iklan radio, serta biaya jasa mobil, mengingat seluruh kegiatan promosi yang telah dilaksanakan selama ini, secara simultan mempunyai hubungan dan berpengaruh positif terhadap penjualan pada produk rendang di Kota Payakumbuh. Kebijakan dana promosi yang seimbang akan lebih baik lagi jika pengalokasian biaya ditambah dari alokasi biaya sebelumnya sehingga peran aktivitas promosi lebih maksimal untuk meningkatkan penjualan produk.
2. Disarankan kepada pihak usaha rendang di Kota Payakumbuh untuk memperhatikan penjualan usaha rendang. Dengan menjadikan kegiatan promosi sebagai langkah untuk menarik pelanggan membeli produk rendang. Dengan pengalokasian biaya promosi yang tepat akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada produk.
3. Dengan melihat pengaruh biaya promosi terhadap penjualan berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa biaya promosi yang terdiri dari biaya web, biaya plang, biaya spanduk, biaya iklan

radio, serta biaya jasa mobil secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada produk rendang di Kota Payakumbuh. Disarankan kepada pihak usaha rendang di Kota Payakumbuh, untuk selalu memperhatikan peningkatan pengalokasian biaya promosi yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada produk rendang di Kota Payakumbuh.

