

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah serangkaian bahasan pada bab-bab sebelumnya baik mengenai segala permasalahan dan juga pembahasannya, maka sampailah pada bab yang terakhir yakni simpulan dalam penyusunan skripsi ini. Dalam bab ini akan dikemukakan juga beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan,

5.1. Simpulan

Dari hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan analisis terhadap masalah, dengan menggunakan analisis korelasi berganda disimpulkan bahwa X_1 dan X_2 secara bersama-sama mempengaruhi volume penjualan. Dan setelah dilakukan penafsiran koefisien determinasi diketahui bahwa variasi (besar kecilnya) volume penjualan sebanyak 86,380% dipengaruhi oleh disiplin melalui tingkat presensi karyawan pemasaran dan periklanan melalui biaya periklanan, sedangkan sisanya sebanyak 13,62% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dengan demikian maka melalui analisis-analisis yang telah dilakukan akan diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa disiplin dan periklanan mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap volume penjualan telah terbukti. Dari analisis tersebut maka dapat dibuktikan sebagai berikut:

- Dengan melakukan uji F, dari hasil pengujian tersebut diperoleh F hitung sebesar 22,19795 sedangkan F tabel sebesar 4,74. Jadi $F_{hit} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti bahwa secara serempak disiplin melalui tingkat presensi karyawan pemasaran (X_1) dan periklanan melalui biaya periklanan (X_2) mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap volume penjualan (Y).
 - Hubungan keeratan disiplin (X_1) dengan periklanan (X_2) terhadap volume penjualan (Y) adalah sebesar 86,380%. Dengan demikian terdapat hubungan yang kuat dan positif, yang artinya bahwa apabila disiplin melalui tingkat presensi karyawan pemasaran dan periklanan melalui biaya periklanan ditingkatkan maka volume penjualan akan meningkat, begitu juga sebaliknya apabila disiplin melalui tingkat presensi karyawan pemasaran dan periklanan melalui biaya periklanan diturunkan maka volume penjualan akan menurun.
2. Hasil perhitungan yang diperoleh dengan analisis koefisien korelasi partial dimana pengaruh disiplin terhadap volume penjualan sebesar 85,01%, sedangkan pengaruh periklanan terhadap volume penjualan adalah sebesar 90,99%. Dengan demikian jika dibandingkan maka persentase periklanan 90,99% lebih besar daripada persentase disiplin dalam mempengaruhi volume penjualan. Jadi dapat disimpulkan bahwa periklanan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap volume penjualan. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa periklanan mempunyai pengaruh yang lebih dominan terhadap volume penjualan terbukti kebenarannya

5.2. Saran

Setelah dikemukakan beberapa simpulan, maka beberapa saran yang perlu diajukan adalah sebagai berikut:

1. Mengingat bahwa disiplin dan periklanan mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan secara bersama-sama, maka disarankan kepada pihak "CV. SUPER" Surabaya supaya meningkatkan disiplin yang lebih baik (lebih bersemangat dalam pekerjaannya) dan meningkatkan periklanan secara lebih terarah dan efisien, sehingga sasaran pemasaran produk perusahaan tercapai. Ini akan memberikan keuntungan bagi perusahaan di masa yang akan datang.
2. Mengingat bahwa periklanan lebih dominan daripada disiplin, maka hendaknya perusahaan memberikan porsi lebih besar dari sebelumnya, khususnya karyawan pemasaran dan dilakukan secara kontinyu, tetapi tidak mengesampingkan periklanan. Karena dengan periklanan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya, misalnya dengan pembuatan spanduk dan selebaran-selebaran sehingga dapat meningkatkan penjualan.