

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka sebagai kesimpulan dan hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis mengenai pengaruh advertising, Personal Selling, Sales Promotion yang dilakukan oleh PT. Honda Indo Perkasa Bunga Raya menunjukkan bahwa peningkatan ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada PT. Honda Indo Perkasa Bunga Raya.
2. Dari ketiga variabel aktifitas advertising, personal selling, sales promotion yang didapat setelah pengujian hanya variabel personal selling yang mempunyai pengaruh paling dominan dan signifikan dalam meningkatkan penjualan pada PT. Honda Indo Perkasa Bunga Raya.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan interpretasi data serta kesimpulan, maka disarankan kepada perusahaan untuk:

Mewujudkan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan volume penjualan merek honda pada PT. Honda Indo Perkasa, maka perusahaan dituntut untuk tetap konsisten terhadap advertising, personal selling, sales promotion yang diduga memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan

nilai penjualan dan banyak melakukan inovasi dan terobosan-terobosan baru dalam hal advertising, personal selling, sales promotion sekaligus melakukan kajian komprehensif terhadap faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan seperti kondisi ekonomi nasional yang banyak dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dunia, persaingan bisnis, dll.