

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, di dapat persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 8,742 + 0,625X_1 - 0,035X_2 + e$
2. Secara parsial *salesmanship* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penjualan karena $T_{hitung} (5,063) > T_{tabel} (1,988)$
3. Secara parsial *sales promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan karena $t_{hitung} (-0,314) < t_{tabel} (1,986)$
4. Ada pengaruh *salesmanship* secara simultan terhadap penjualan produk sari ayu pada PT. Spirit Attitude Integrity (SAI) Indonesia Cabang Pekanbaru.
5. Pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel *salesmanship* dalam menjelaskan penjualan produk sari ayu pada PT. Spirit Attitude Integrity (SAI) Indonesia Cabang Pekanbaru adalah sebesar 31,3% ($r^2 = 0,313$), sementara sisanya sebesar 68,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Agar penjualan produk Sari Ayu pada PT. Spirit Attitude Integrity (SAI) Indonesia Cabang Pekanbaru bisa lebih meningkat maka perusahaan perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut :

1. *Salemanship* mempunyai pengaruh terbesar terhadap penjualan. Untuk itu sebaiknya, perusahaan PT. Spirit Attitude Integrity (SAI) Indonesia Cabang Pekanbaru tetap menjalankannya sebaik mungkin dan lebih mengefektifkan serta memberikan pembelajaran terhadap tenaga penjual, sehingga tenaga penjual mampu melakukan penjualan dengan baik.
2. Sales Promotion perlu ditingkatkan lagi oleh pihak PT. Spirit Attitude Integrity (SAI) Indonesia Cabang Pekanbaru, mengingat fungsinya amat penting dalam proses penjualan. Dimana perusahaan harus mampu menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap promosi yang dilakukan sehingga produk tersebut menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.