

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan diperoleh kesimpulan, antara lain :

1. Variabel promosi berpengaruh positif dan Signifikam . Nilai positif dapat dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai positif, yang berarti semakin meningkat nilai promosi maka akan berbanding lurus dengan volume penjualan.
2. Variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan. Nilai positif dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai positif, yang berarti semakin meningkat nilai variasi produk maka akan berbanding lurus dengan volume penjualan.
3. Variabel cuaca tidak berpengaruh positif dan signifikan. Nilai positif dilihat dari koefisien regresi yang memiliki nilai positif, yang berarti jika nilai cuaca tidak meningkat, maka tidak berbanding lurus dengan volume penjualan.
4. Secara simultan variabel promosi, variasi produk ,dan cuaca memiliki pengaruh yang positif tetapi dan signifikan terhadap volume penjualan.

5.2 Saran

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Usaha Dagang

Usaha Dagang Opak Alif Kelurahan Payaroba Binjai Hendaknya terus menjaga dan meningkatkan cara promosi yang baik, agar produk yang dijual akan lebih dikenal lagi oleh banyak konsumen. Variasi produk yang akan ditawarkan hendaknya ditingkatkan lagi menjadi lebih bervariasi dengan rasa yang lebih banyak. Oleh karena itu disarankan kepada pedagang opak agar lebih memperhatikan rasa yang akan ditawarkan.

Dan cuaca tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa cuaca tidak menghalangi konsumen untuk membeli. Disarankan kepada pedagang opak agar lebih meningkatkan jumlah produksinya pada saat cuaca yang baik, sehingga pada saat cuaca hujan pedagang dapat mengatasinya karena masih ada persediaan sehingga bisa meningkatkan volume penjualan.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya.

Meningkatkan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari penelitian ini sebesar 0,351 atau 35,1%, hal ini berarti kemampuan model dalam menjelaskan tingkat konsumen dalam volume penjualan yaitu 35,1% yang masih tergolong rendah. Sehingga peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti variabel-variabel lain seperti kualitas produk, lokasi

penjualan, Bahan Baku, harga, dan lain-lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi volume penjualan pada UD opak Alif kelurahan Payaroba Binjai.



THE
Character Building
UNIVERSITY