

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap penjualan adalah sebagai berikut:

1. Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan penjualan sebesar 2.393 lebih besar dari t tabel 1.9983. Berarti konsumen menilai mereka mengetahui informasi produk mebel yang dilakukan oleh Mebel Felnando Pangkalpinang melalui radio, baleho dan sales sudah sangat tepat untuk menarik konsumen.
2. Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan sebesar 2.513 lebih besar dari t tabel 1.9983. Bearti konsumen menilai bahwa produk di Mebel Felnando Pangkalpinang memiliki standar kualitas produk yang baik dan memiliki daya tahan yang lama.
3. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan sebesar 2.263 lebih besar dari t tabel 1.9983. Bearti konsumen menilai bahwa Mebel Felnando Pangkalpinang memberikan hargaproduk mabel/finuter yang sangat terjangkau bagi semua kalangan konsumen maupun pelanggannya dan terdapat diskon harga yang diberikan.
4. Promosi, kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan F hitung sebesar 15.097 lebih besar dari 2.76.

Bearti konsumen menilai kemampuan Mebel Felnando Pangkalpinang dalam menyalurkan produk kepada pelanggan dapat mencapai tujuan penjualan sesuai dengan target.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dari bab sebelumnya, peneliti memberikan sumbangan saran dalam hasil penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penelitian Mendatang
 - a. Hendaknya peneliti selanjut selalu memperdalam penelitian dari perbagai sudut pandang agar menjadi suatu pnelitian yang lengkap dan dapat digunakan oleh semua pihak terkait.
 - b. Hendaknya variabel penelitian lebih dikembangkan dikarenakan penelitian ini terbatas pada promosi, kualitas produk dan harga, sedangkan dilihat dari nilai *Adjusted R Square* 0.402 atau 40.2% masih kecil artinya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi penjualan, sehingga perlu dikaji lebih lanjut variabel-varibael lain seperti pelayanan,sikap konsumen, lokasi,dan lain-lainya.
2. Bagi Mebel Felnando Pangkalpinang
 - a. Disarankan kepada Mebel Felnando Pangkalpinang sebaiknya tidak mengabaikan promosi, kualitas produk dan harga karena terbukti bahwa kesemuanya secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap penjualan pada Mebel Felnando Pangkalpinang.

- b. Didalam segi kualitas paroduk lebih baik Mebel Felnando Pangkalpinang meningkatkan kualitas porduknya kepada konsumen dalam melakukan pembelian, dan memberikan potongan harga setiap pembelian produk.

