

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel diskon (X1) menunjukkan nilai sig. 0,123 > 0.05 serta nilai t_{hitung} sebesar 1,560 yang artinya lebih kecil dari t_{tabel} (1,560 < 1,990) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel diskon (X1) secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali.
2. Variabel uang muka (X2) menunjukkan nilai sig. 0,04 < 0.05 serta nilai t_{hitung} sebesar 2,924 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} (2,924 > 1,990) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel uang muka (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali.
3. Variabel promosi (X3) menunjukkan nilai sig. 0,000 < 0.05 serta nilai t_{hitung} sebesar 2,924 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} (3,826 > 1,990) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Saran bagi Dealer Marcel Motor Karanggede

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh diskon, uang muka, dan promosi dalam meningkatkan penjualan (studi kasus di Dealer Marcel Motor Karanggede), terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Pertama, Dealer Marcel Motor Karanggede dapat mengoptimalkan kebijakan diskon agar dapat menarik minat masyarakat. Selain itu, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan sistem promosi yang memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan pihak dealer.
- b. Kedua, peninjauan dan penyesuaian penerapan diskon, uang muka, dan promosi secara berkala. Dengan melakukan survei pasar dan mengamati berbagai kebutuhan dan keinginan konsumen perusahaan dapat menetapkan kebijakan yang dapat meningkatkan penjualannya.
- c. Terakhir, penting bagi Dealer Marcel Motor Karanggede untuk terus mengumpulkan dan menganalisis penilaian masyarakat untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki. Melalui survei pula, perusahaan dapat mengidentifikasi dan menangani masalah yang dianggap dapat menghambat upaya peningkatan penjualan.

Dengan menerapkan saran – saran di atas, diharapkan Dealer Marcel Motor Karanggede dapat menerapkan kebijakan yang tepat sehingga dapat meningkatkan penjualannya.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penulis berharap peneliti selanjutnya untuk selalu mempertimbangkan beberapa keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini agar dijadikan perhatian dalam kemampuan meneliti, menganalisa, dan menyampaikan hasil penelitian. peneliti selanjutnya juga dapat menambah jumlah responden untuk hasil yang lebih akurat.