

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap penjualan. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari analisis dengan menggunakan SPSS versi 16.0 uji t di peroleh nilai t hitung untuk variabel Promosi (X) sebesar 3.723 dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,669. Dengan kriteria pengujian apabila t hitung > t tabel maka H<sub>0</sub> di tola dan H<sub>a</sub> diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap penjualan.
2. Perspektif ekonomi syariah tentang promosi yaitu kegiatan pemasaran yang dilandasi semangat beribadah, berusaha semaksimal mungkin untuk kepentingan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri dengan benar dan lurus dsism melskuksn promosi sesuai dengan iklan yang disampaikan. Tidak berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah dan iklan palsu.

Perspektif ekonomi syariah tentang penjualan yaitu umat Islam dilarang menjual sesuatu yang haram, tidak melakukan sistem perdagangan terlarang atau menjual yang tidak dimiliki, tidak terlalu banyak mengambil untung, tidak boleh memakan dan memonopoli barang dagangan tertentu.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dari skripsi diatas penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, berjualanlah dengan jujur tidak melakukan hal yang menimbulkan kerugian bagi keduanya, dan jangan pernah menyimpang dari ajaran Islam yang telah ditetapkan dalam berdagang, supaya apa yang dihasilkan menjadi berkah.
2. Bagi akademisi dilingkungan kampus Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten agar menjadikan hasil penelitian ini sebagai rujukan dalam menyelesaikan permasalahan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian mengenai promosi ini masih sangat menarik untuk diteliti. Peneliti sarankan bagi peneliti lain yang akan datang, menggunakan sampel yang lebih banyak agar hasil yang diperoleh dalam penelitian ini lebih bervariasi. Sehingga gambaran masalah penjualan terhadap promosi lebih beragam dalam jumlah peningkatannya.