

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan interpretasi data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil pengujian bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,622 atau 62.2. yang berarti tingkat hubungan antara variabel biaya promosi terhadap volume penjualan adalah kuat dikarenakan berada dalam interval koefisien (0,60 – 0,799).
2. berdasarkan t_{hitung} sebesar 4.627 dan nilai t_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ $df (n-k-1) = (36-1-1) = 34$ maka besar $t_{tabel} = 2.032$ Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.627 > 2.032$) dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, dikatakan signifikansi, yang artinya secara parsial variabel independen yakni (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yakni (Y), maka hipotesis diterima. Yang berarti

bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di RKL*B Avenue*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat diusulkan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi RKL*B Avenue* dalam menentukan biaya promosi dalam meningkatkan volume penjualan antara lain sebagai berikut:

1. Dalam menjalankan bisnis atau usaha sebuah perusahaan harus mampu melakukan biaya promosi, agar terjadi peningkatan terhadap volume penjualan dalam jangka waktu yang lama.
2. Dapat juga memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi volume penjualan lainnya, agar toko baju RKL*B Avenue* mampu memaksimalkan volume penjualan.