

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan (Y) pada Depot Air Minum Crystal Water yang berlokasi di Jalan Perlayuan Rantauprapat. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,969 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,661 pada tingkat signifikansi $0,004 < 0,05$.
2. Selain itu, variabel Harga (X_2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan (Y), dengan nilai t_{hitung} 4,125 yang melampaui nilai t_{tabel} 1,661 pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa variabel promosi (X_3) secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan (Y), sebagaimana terlihat dari nilai t_{hitung} 4,787 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Secara simultan, variabel kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan (Y) pada Depot Air Minum Crystal Water, dengan nilai f_{hitung} sebesar 20,899 yang melampaui t_{tabel} 2,70 pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.

5. Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square), ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 39,5% dari perubahan yang terjadi pada volume penjualan (Y), sedangkan sisanya sebesar 60,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, diantaranya yaitu kualitas produk, lokasi, jam operasional, peraturan pemerintah.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Depot Air Minum Crystal Water disarankan untuk lebih memperhatikan aspek kualitas layanan, karena faktor ini sangat berperan penting dalam memengaruhi volume penjualan. Upaya yang dapat dilakukan meliputi pemberian pelatihan kepada karyawan agar senantiasa bersikap ramah kepada pelanggan serta menjaga kebersihan dan kualitas air minum isi ulang. Langkah ini diharapkan dapat membantu mempertahankan sekaligus meningkatkan jumlah penjualan yang diperoleh.
2. Harga yang diterapkan pada Depot Air Minum Crystal Water, yaitu Rp4.000 per galon dinilai sudah sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mempertahankan harga tersebut. Jika ada rencana kenaikan harga di masa mendatang, maka penyesuaian tersebut sebaiknya disertai dengan peningkatan kualitas layanan atau produk agar konsumen tetap merasa puas.
3. Strategi promosi yang saat ini diterapkan, yaitu pemberian kupon berhadiah pada setiap pembelian satu galon air, dinilai cukup menarik.

Perusahaan disarankan untuk terus mempertahankan strategi ini dan mempertimbangkan peningkatan program promosi, misalnya dengan menambahkan hadiah yang lebih bervariasi dan menarik. Langkah ini dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong peningkatan volume penjualan di Depot Crystal Water Jalan Perlayuan Rantauprapat.

4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel independen lain yang berpotensi memengaruhi volume penjualan selain kualitas layanan, harga, dan promosi. Hal ini penting untuk melengkapi penelitian ini, karena masih terdapat banyak faktor lain yang berpotensi memberikan pengaruh terhadap volume penjualan yang belum dibahas dalam penelitian ini, diantaranya yaitu kualitas produk, lokasi, jam operasional, peraturan pemerintah.