

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man” dengan hasil yang diperoleh nilai  $t_{hitung}$  ( $1,950 > 1,659$ ), pada taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ , dengan begitu Hipotesis diterima.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man” dengan hasil yang diperoleh  $t_{hitung}$  ( $1,705 > 1,659$ ), pada taraf signifikan  $0,001 < 0,05$ , dengan begitu Hipotesis diterima.
3. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man” dengan hasil yang diperoleh nilai  $t_{hitung}$  ( $2,104 > 1,659$ ), pada taraf signifikan  $0,002 < 0,05$ , dengan begitu Hipotesis diterima.
4. Hasil uji hipotesis secara parsial uji t menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan lempuk durian pada

gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man” dengan hasil yang diperoleh nilai  $t_{hitung}$  ( $1,720 > 1,659$ ), pada taraf signifikan  $0,001 < 0,05$ , dengan begitu Hipotesis diterima.

5. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa harga produk, promosi, distribusi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan dengan diperoleh hasil nilai  $F_{hitung}$  ( $8,730 > F_{tabel}$  ( $2,75$ )) pada taraf signifikan  $0,00 < 0,05$  terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man”.
6. Nilai Adjusted R Square menunjukkan terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man” mampu dipengaruhi oleh harga produk, promosi, distribusi dan lokasi sebesar 30,4%, sedangkan sisanya sebesar 69,6% dipengaruhi factor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **1.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Perusahaan harus mampu memahami bagaimana suasana kondusif harga produk sekitar yang dapat memberikan pengaruh terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man”.
2. Perusahaan harus lebih meningkatkan promosi yang dapat menarik para konsumen agar penjualan lempuk durian mengalami peningkatan karena dengan adanya promosi yang memadai dan mudah digunakan maka aspek

tersebut dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man”.

3. Perusahaan harus lebih mampu mendorong distribusi dengan meningkatkan aspek dalam penjualan yang sesuai dengan prosedurnya maka hal tersebut akan mampu meningkatkan terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man”.
4. Perusahaan harus mempertahankan lokasi yang sudah baik agar penjualan akan meningkat dan tidak terjadi peningkatan penjualan yang lebih tinggi karena lokasi yang strategis.
5. Perusahaan untuk pengembangan sistem perusahaan ada kalanya meningkatkan pengembangan harga produk, promosi, distribusi dan lokasi untuk menunjang terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan “Pak Man” agar lebih meningkat.
6. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam pada bidang yang sama agar menambah factor lain seperti citra merek, desain produk dan lain sebagainya yang memiliki pengaruh terhadap penjualan sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan.