

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Volume Penjualan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 40 pelanggan Khilda Collection Jepang Pakis Kudus. Setelah peneliti melakukan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Nilai pengaruh dari Kualitas Produk sebesar 0,162 dan signifikansinya sebesar 0,006 yang jauh dibawah 0,05. Dari hasil pengujian data melalui SPSS versi 20 dimana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,903 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,028. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus.
2. Nilai pengaruh dari Harga sebesar 0,353 dan signifikansinya sebesar 0,004 yang jauh dibawah 0,05. Dari hasil pengujian data melalui SPSS versi 20 dimana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,040 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,028. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus.
3. Nilai pengaruh dari promosi sebesar 0,148 dan signifikansinya sebesar 0,013 yang jauh dibawah 0,05. Dari hasil pengujian data melalui SPSS versi 20 dimana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,627 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,028. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus.
4. Hasil dari pengujian SPSS versi 20 mengenai Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan, menunjukkan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  (10,204 > 2,80) dengan signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus. Besaran pengaruh ketiga variabel adalah 41,5% dapat dilihat pada koefisien determinasi yang disesuaikan *Adjusted R Square* yaitu 0,415 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan, sisanya 58,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka penulis menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan sumbangan kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Pemilik Khilda Collection**

Agar dapat meningkatkan kualitas produk baik melalui kinerja, keistimewaan tambahan, kesesuaian dengan spesifikasi, keandalan, daya tahan, estetika, kualitas yang dipersepsikan, dan kemudahan perbaikan. Untuk harga penjual tetap konsisten dalam menetapkan harga, sesuai dengan daya beli pelanggan, sesuai dengan kualitas yang diterima pelanggan dan dapat meningkatkan laba perusahaan. Serta dapat mengembangkan promosi melalui promosi diberbagai media dan promosi yang menarik. Diharapkan pada waktu yang akan datang dapat terus meningkatkan volume penjualan.

### **2. Bagi pelanggan**

Saat membeli barang diharapkan dapat lebih selektif agar barang yang diinginkan sesuai dengan harapan pelanggan.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Agar dapat menambah atau menggunakan variabel-variabel yang lain, mungkin akan lebih besar

dalam mempengaruhi Volume Penjualan pada UKM Khilda Collection, karena variabel yang telah digunakan hanya sebagian dari variabel yang ada.

