

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Pelaksanaan promosi pada PT. Jambi Express Tour Jambi meliputi ; periklanan, *personal selling* serta promosi penjualan dan telah dilaksanakan dengan baik.
- 2) Biaya promosi berpengaruh positif terhadap penjualan pada PT. Jambi Express Tour Jambi sebesar 2,244, artinya jika biaya promosi mengalami kenaikan sebesar Rp.1 maka nilai penjualan pada PT. Jambi Express Tour Jambi mengalami peningkatan sebesar Rp. 2,244 .
- 3) Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh yang significant antara biaya promosi terhadap nilai penjualan pada PT. Jambi Express Tour Jambi dilihat dari $t_{hitung} 3,433 > t_{tabel} 2,306$.

5.2. Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemilihan media iklan yang memiliki daya jangkau yang lebih luas seperti radio dan televis hendaknya menjadi pilihan alternatif yang perlu dipertimbangkan perusahaan. Dengan demikian maka periklanan menjadi lebih efektif dan tepat sasaran..

2. Nilai penjualan dapat lebih ditingkatkan lagi dengan fokus pada pemberian pelayanan dan kenyamanan selama diperjalanan. Dengan demikian maka perusahaan tidak terjebak pada persaingan harga.