

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam uji asumsi-asumsi klasik yang meliputi uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dan tidak terjadi heteroskedastisitas serta memiliki distribusi normal.

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Periklanan dan *Personal Selling* pada PT. Rumah Cerdas Yogyakarta tahun 2004-2011 secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
2. Periklanan dan *Personal Selling* pada PT. Rumah Cerdas Yogyakarta tahun 2004-2011 masing-masing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
3. Variabel *Personal Selling* merupakan variabel yang lebih berpengaruh terhadap variabel Volume Penjualan daripada variabel Periklanan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,389

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan saran-saran yang dapat diajukan adalah:

1. Para pimpinan dalam jajaran manajemen pada PT Rumah Cerdas Yogyakarta harus secara berkesinambungan terus meningkatkan kegiatan periklanan dan *personal selling* sebagai upaya untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan. Sebab telah terbukti kedua hal tersebut dapat secara langsung meningkatkan volume penjualan.
2. Karena *personal selling* merupakan variabel yang sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan PT. Rumah Cerdas, maka kebijakan untuk terus meningkatkan efektifitas pemasaran melalui *personal selling* perlu terus dilakukan, diantaranya dapat dengan menambah personel pemasar *personal selling*, *up-grade* kemampuan dan kecakapan karyawan pemasar, dan peningkatan *reward* dan penambahan fasilitas bagi pemasar *personal selling* yang mendukung kegiatan pemasaran di PT. Rumah Cerdas Yogyakarta.