

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di bab sebelumnya, mengenai biaya periklanan, biaya promosi penjualan dan biaya produksi terhadap volume penjualan pada Adzkia Hijab Syar'i di Tulungagung, maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil temuan mengenai pengaruh biaya periklanan terhadap volume penjualan bahwa biaya periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada Adzkia Hijab Syar'i di Tulungagung.
2. Hasil temuan mengenai pengaruh biaya promosi penjualan terhadap volume penjualan bahwa biaya promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada Adzkia Hijab Syar'i di Tulungagung.
3. Hasil temuan mengenai pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada Adzkia Hijab Syar'i di Tulungagung.
4. Secara bersama-sama biaya periklanan, biaya promosi penjualan dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Adzkia Hijab Syar'i di Tulungagung.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat yaitu:

1. Bagi Akademik semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan pengembangan ilmu bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.
2. Bagi Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung senantiasa menambah biaya iklan agar memperluas dan memperbanyak target konsumen dan senantiasa lebih kreatif pengiklanan agar berbeda dengan iklan-iklan yang lainnya, karena kreativitas dapat menghasilkan suatu karya yang memiliki karakteristik pesan yang kuat dan mampu menarik audience. Iklan yang dapat menarik perhatian audience akan disukai audience dan dapat meningkatkan image yang baik menjadi lebih baik lagi sedangkan biaya promosi penjualan senantiasa ditambah dan lebih sering diterapkan agar dapat merangsang calon pembeli, kemudian untuk biaya produksi, diharapkan Adzkia Hijab Syar;i agar meningkatkan biaya produksi melalui optimalisasi biaya produksi dan bukan cara memaksimalkan biaya produksi sesuai dengan tingkat permintaan konsumen dalam kaitannya untuk meningkatkan volume penjualan.
3. Bagi peneliti yang akan datang, penelitian ini dapat diperluas tidak terbatas pada Adzkia Hijab Syar'i saja, akan tetapi bisa menambah objek penelitian di industri-industri lain dengan memperluas variabel penelitian,

karena masih banyak variabel yang bisa berpengaruh terhadap volume penjualan.