

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah. Artinya, semakin besar tingkat penetapan harga, maka volume penjualan juga akan meningkat. Semakin tinggi harga pada suatu produk maka memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi volume penjualan
2. Promosi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah. Artinya, jika suatu usaha sudah melakukan promosi, maka secara tidak langsung akan mempengaruhi volume penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah juga akan meningkat, semakin tinggi promosi yang dilakukan para pengusaha, semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh dan akan mempengaruhi volume penjualan
3. Kualitas Produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah. Artinya, semakin besar tingkat pemahaman mengenai kualitas produk, maka volume penjualan juga akan meningkat, semakin tinggi kualitas produk

pada suatu produk maka memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi volume penjualan

4. Jika dilakukan pengujian secara bersama-sama (simultan) pada tiga variabel independen yaitu harga, promosi, dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah, maka hasilnya menunjukkan bahwa tiga variabel secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Binaan Dinas Koperasi usaha mikro dan tenaga kerja kota kediri.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi

Untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan bahwa harga, promosi dan kualitas Produk memberikan pengaruh secara langsung terhadap volume penjualan, namun pihak pengusaha tidak cukup mengabaikannya begitu saja. Para pelaku usaha haruslah bijak dan secermat mungkin dalam meningkatkan produk yang mereka jual agar volume penjualan usaha mereka tetap stabil atau meningkat dan tetap mampu menghasilkan keuntungan yang maksimal.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang. Selain itu, diharapkan agar pihak kampus lebih menambah lagi referensi, baik berupa jurnal atau buku-buku tentang harga, Promosi dan maupun kualitas Produk

3. Bagi Penelitian yang Akan Datang

Bagi penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel independent yang dapat mempengaruhi volume penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah serta menambah jumlah data yang akan diteliti sehingga diperoleh hasil yang lebih signifikan.