

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi bauran pemasaran terhadap volume penjualan dan profitabilitas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gambaran mengenai penerapan strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan distro Plaza Parahyangan, dinilai oleh sebagian responden termasuk pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran telah dilaksanakan dengan baik oleh distro Plaza Parahyangan. Indikator produk merupakan indikator yang memiliki penilaian yang paling tinggi, sedangkan indikator promosi merupakan indikator yang memiliki penilaian yang paling rendah dalam mempengaruhi volume penjualan dan profitabilitas pada distro Plaza Parahyangan.
2. Gambaran mengenai volume penjualan yang terjadi pada distro Plaza Parahyangan, dinilai oleh sebagian responden termasuk pada kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa volume penjualan yang terjadi pada distro Plaza Parahyangan kurang baik. Indikator menunjang pertumbuhan perusahaan merupakan indikator yang memiliki penilaian yang paling tinggi, sedangkan indikator mendapatkan laba tertentu yang paling rendah dalam mempengaruhi profitabilitas pada distro Plaza Parahyangan.

3. Gambaran mengenai profitabilitas yang terjadi pada distro Plaza Parahyangan, dinilai oleh sebagian responden termasuk pada kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang terjadi pada distro Plaza Parahyangan kurang baik. Indikator jumlah karyawan merupakan indikator yang memiliki penilaian yang paling tinggi, sedangkan indikator kas yang paling rendah dalam mempengaruhi profitabilitas pada distro Plaza Parahyangan.
4. Berdasarkan pembahasan mengenai strategi bauran pemasaran dan volume penjualan terhadap profitabilitas bahwa strategi bauran pemasaran mempunyai hubungan yang kuat dengan volume penjualan secara parsial, dimana nilai korelasi (r) adalah sebesar 0,763 dan juga mempunyai hubungan kuat secara simultan dimana strategi bauran pemasaran dan volume penjualan terhadap profitabilitas yang memiliki nilai korelasi (r) adalah sebesar 0,776 dengan tingkat korelasi yang tinggi atau kuat dan koefisien determinasi yaitu 60,3%.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan mengenai strategi bauran pemasaran terhadap volume penjualan dan profitabilitas, maka direkomendasikan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi bauran pemasaran tentang promosi yang telah dilakukan Distro Plaza Parahyangan Bandung dirasa masih kurang dalam pelaksanaannya, promosi merupakan hal yang penting dalam pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia

menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

2. Gambaran mengenai volume penjualan yang terjadi pada Distro Plaza Parahyangan Bandung, khususnya dalam mendapatkan laba masih sangat rendah. Hal yang harus diperhatikan agar Distro Plaza Parahyangan Bandung mendapatkan laba yang tinggi yaitu dengan cara meningkatkan kualitas dalam memasarkan produk-produknya terutama dalam kegiatan promosi.
3. Gambaran mengenai profitabilitas yang terjadi pada Distro Plaza Parahyangan Bandung, khususnya dalam mendapatkan kas masih sangat rendah. Hal yang harus diperhatikan agar Distro Plaza Parahyangan Bandung mendapatkan kas yang tinggi yaitu dengan cara meningkatkan kualitas dalam memasarkan produk-produknya terutama dalam kegiatan promosi.
4. Gambaran mengenai strategi bauran pemasaran dan volume penjualan terhadap profitabilitas Distro Plaza Parahyangan Bandung hendaknya lebih meningkatkan kegiatan promosi, hal ini bisa dilakukan dengan cara lebih banyak melakukan periklanan dengan menggunakan brosur, melalui media sosial, melalui internet, melalui periklanan di media cetak maupun elektronik, agar masyarakat luas bisa mengetahui dan tertarik dengan Distro Plaza Parahyangan Bandung.