

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga produk, biaya promosi dan jumlah pesaing terhadap volume penjualan di Resto & Café Concordia Balai Pertemuan Bumi Sangkuriang Bandung ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Dari hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan yaitu sebesar 1,20%.
2. Biaya promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Dari hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel biaya promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap volume penjualan yaitu sebesar 67,10%.
3. Jumlah pesaing berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Dari hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel jumlah pesaing berpengaruh positif secara signifikan terhadap volume penjualan yaitu sebesar 1,70%.
4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga produk, biaya promosi dan jumlah pesaing secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh harga produk, biaya promosi dan jumlah pesaing dengan volume penjualan di Resto & Café Concordia Balai Pertemuan Bumi Sangkuriang Bandung, maka penulis mencoba memberikan saran sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dan bagi peneliti lain sebagai berikut:

1. Harga produk yang ditetapkan oleh Resto & Café Concordia Balai Pertemuan Bumi Sangkuriang Bandung harus bisa disesuaikan dengan pesaing lainnya, karena pada dasarnya konsumen lebih memilih harga yang terjangkau dengan kualitas yang tinggi.
2. Hendaknya Resto & Café Concordia Balai Pertemuan Bumi Sangkuriang Bandung dapat meningkatkan promosi yang menarik sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian di Resto & Café Concordia Balai Pertemuan Bumi Sangkuriang Bandung.
3. Promosi yang dilakukan harus efektif dan efisien untuk mencapai sasaran volume penjualan di Resto & Café Concordia Balai Pertemuan Bumi Sangkuriang Bandung maka akan meningkat.
4. Meningkatkan promosi dengan strategi yang lebih tepat dan menarik untuk mengalahkan pesaing lainnya khususnya untuk pesaing yang sejenis atau pesaing yang menawarkan barang dan jasa yang sama karena besarnya biaya promosi yang dikeluarkan oleh Resto & Café Concordia Balai Pertemuan Bumi Sangkuriang Bandung maka akan meningkatkan volume penjualannya.

5. Pesaing merupakan salah satu upaya untuk perusahaan meningkatkan kualitas yang harus diberikan kepada konsumen. Dengan semakin ketatnya jumlah pesaing, perusahaan harus lebih mempunyai strategi yang tepat untuk bersaing dengan perusahaan lainnya agar mampu mempertahankan hidup perusahaan tersebut.

