

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh dari *experiential marketing*, kualitas produk, dan harga terhadap volume penjualan yang terjadi di Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus pada bulan Agustus – Oktober 2019. Dari data yang telah diteliti maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Experiential Marketing* (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus. Dalam hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Mismiwati pada tahun 2016 bahwa Hasil analisis menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif terhadap word of mouth pada percetakan Sabilul Haq.
2. Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Hikmah, Ninik Lukiana, Riza Bahtiar Sulistyan pada tahun 2019 dimana penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Yesika di Lumajang.
3. Harga (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus. Dalam hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Victor Supriadi pada tahun (2013) dimana penelitian ini Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Mitra Card di kota Manado.
4. Hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus .

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk pada volume penjualan di perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus memiliki nilai skor t-hitung paling rendah di bandingkan t-hitung variabel lainnya, oleh karenanya, perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus disarankan untuk lebih selektif ketika memilih bahan-bahan yang akan digunakan untuk produksi. Ketika perusahaan memilih bahan yang memiliki kualitas yang bagus sehingga akan meningkatkan volume penjualan pada Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Melihat dari hasil penelitian yang memiliki banyak keterbatasan ini, penelitian selanjutnya diharapkan untuk :

- a. Menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan seperti menggunakan faktor marketing digital yang kemungkinan mempengaruhi volume penjualan selain *experiential marketing*, kualitas produk dan harga dengan referensi yang lebih banyak.
- b. Peneliti selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian agar dapat diperoleh hasil penelitian yang akurat dan lebih baik dari penelitian sebelumnya.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang diteliti dan populasi penelitian.