

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI CAMPURAN TERHADAP  
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. MEBEL CAHAYA  
SAKRA LOMBOK TIMUR**



**SKRIPSI**

Oleh :

**FATIMATUZZAHRAH**

**NPM : 24941137FE07**

Skripsi ini Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Strata I (S1) pada  
Fakultas Ekonomi Universitas Gunung Rinjani

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSSITAS GUNUNG RINJANI  
2011**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL** : ANALISIS PENGARUH PROMOSI CAMPURAN  
TERHADAP PENINGKATAN VOLUME  
PENJUALAN PADA UD. MEBEL CAHAYA  
SAKRA LOMBOK TIMUR

**NAMA** : FATIMATUZZAHRAH

**NPM** : 24941137FE07

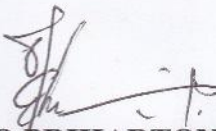
**JURUSAN** : EKONOMI

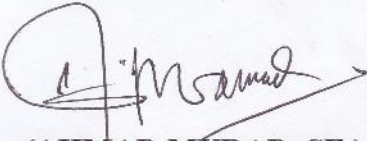
**PROGRAM STUDI** : AKUNTANSI

**Mengetahui,**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**(EKO PRIHARTONO, SE., MMA.)**  
NIDN : 0823127201

  
**(AHMAD MURAD, SE.)**  
NIDN : 08120126801

**Dekan  
Fakultas Ekonomi**



**(EKO PRIHARTONO, SE., MMA.)**  
NIDN : 0823127201

Tanggal : 06 Oktober ..... 2011

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Uji F dapat disimpulkan bahwa secara simultan promosi campuran (biaya iklan, biaya promosi dan *Personal Selling*) berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada UD. Mebel Cahaya Sakra Lotim periode 2006-2010, dengan demikian hipotesis pertama diterima.
2. Kemudian secara parsial (sendiri-sendiri) dapat disimpulkan bahwa Variabel Biaya Iklan, Biaya Promosi dan *Personal Selling* juga berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada UD. Mebel Cahaya Sakra Lotim periode 2006-2010. berarti bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Ini membuktikan juga bahwa Hipotesis kedua juga diterima.
3. Variabel promosi paling dominant berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada UD. Mebel Cahaya Sakra Lotim periode 2006-2010.

#### 5.2 Saran

1. Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini memilih perusahaan UD. Mebel Cahaya Kecamatan Sakra Lombok Timur periode 2006-2010. Dan penelitian selanjutnya dapat

menggunakan perusahaan lainnya yang ada di Kabupaten Lombok Timur maupun kabupaten lainnya.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi calon peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lain yang dianggap punya pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada perusahaan yang lain.