BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari analisis data yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti dapat mengambil kesimpulan :

1. Berdasarkan perhitungan rumus yang dipakai oleh peneliti, dalam hal ini adalah rumus Regresi Liniear Sederhana. Dilihat dari hasil tabel corelations, dari tabel tersebut diperoleh besarnya korelasi 0.196 dengan signifikansi 0,130 karena signifikansi > 0,05, maka menerima hipotesis nihil (Ho) dan menolak hipotesis kerja (Ha).

   Dengan kata lain bahwa hipotesis yang diterima adalah tidaka adanya Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan di Outlet Accesoris Mobile Phone Permata Cell Royal Plaza Surabaya.

2. Adapun tingkat pengaruh Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Outlet Accesoris Mobile Phone Permata Cell Royal Plaza Surabaya. sebesar 3.8%. Angka tersebut merupakan hasil dari pengkuadratan dari harga koefisien korelasi 0.196

   Dengan demikian pengaruh Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Outlet Accesoris Mobile Phone Permata Cell Royal Plaza Surabaya. yang berkisar antara 0.00-0.199 atau termasuk dalam tingkat hubungan yang "sangat rendah". Hasil ini sesuai dengan tingkat penjualan yang mengalami peningkatan yang tidak signifikan.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran kepada :

a. Bagi pengelola outlet permata cell royal plaza Surabaya, begitu pesatnya persaingan bisnis yang menjadikan musuh nyata bagi setiap para pengusaha, untuk mempertahankan visi dan misi perusahaan agar lebih memfokuskan pada strategi promosi dan penjualan, dan juga lebih ditingkatkan lagi manajemen pemasarannya. Karena inilah yang menjadikan kunci kekuatan yang dipegang di setiap pengelola perusahaan.

b. Bagi karyawan permata cell, komunikasi adalah hal yang sangat penting dalam kegiatan sehari-hari. Dengan komunikasi kita dapat mengeluarkan informasi yang akan kita keluarkan, kita juga bisa mengungkapkan apa yang kita inginkan.

   Begitu juga dengan kegiatan SPG yang tak lain bergelut di bidang komunikasi antar individu, perlunya kreatifitas dalam berkomunikasi yang dapat meraih hati calon pelanggan ini dapat menunjang kesuksesan perusahaan.

   Karena kunci dari suksesnya suatu perusahaan dalam meraih pelanggan sebanyaknyak-banyaknya adalah srtategi pemasaran dan yang tak kalah pentingnya adalah komunikasi. Maka lebih ditekankan lagi dalam kreatifitas berkomunikasi terutama komunikasi persuasi.

c. Bagi Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi diharapkan dapat memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi mahasiswa minat studi PR (Public Relation), serta dapat memberikan gambaran yang

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cukup konkret terhadap komunikasi pemasaran di dunia kerja sangatlah diperlukan. Dan juga agar dapat menambah wawasan tentang komunikasi dalam organisasi.

gilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id