

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan penjualan mobil Mitshubishi pada PT Suryaputra Sarana, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Suryaputra Sarana telah mengeluarkan biaya promosi yang berfluktuatif selama 36 bulan pada tahun 2005-2007. Usaha ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan, akan tetapi apabila dibandingkan antara tabel biaya promosi dan pendapatan penjualan, kenaikan biaya promosi yang dikeluarkan PT Suryaputra Sarana sering kali tidak diikuti oleh kenaikan pendapatan penjualan. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian antara tujuan dari dikeluarkan biaya promosi.
2. Selama periode 2005 hingga 2007 perolehan pendapatan penjualan mobil Mitshubishi mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Perolehan pendapatan penjualan tertinggi adalah pada bulan April tahun 2005, pada bulan berikutnya sampai dengan bulan Desember tahun 2007 pendapatan penjualan tidak pernah melebihi penjualan bulan April tahun 2005. Berdasarkan hal tersebut, dapat terlihat bahwa kinerja perusahaan dalam menjalankan aktivitas utama perusahaan, yaitu penjualan tidak mengalami peningkatan.

3. Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap Pendapatan penjualan pada PT Suryaputra Sarana. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien determinasi sebesar 6%. Hal ini berarti varian yang terjadi pada variabel pendapatan penjualan 6% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel biaya promosi, atau dapat juga berarti pendapatan penjualan yang dicapai pada PT Suryaputra Sarana dipengaruhi oleh biaya promosi sebesar 6% sedangkan sisanya sebesar 94% pendapatan penjualan mobil Mitsubishi PT Suryaputra Sarana ditentukan faktor lain, seperti persaingan antar perusahaan penjual produk sejenis, kualitas pelayanan, selera konsumen, dan perekonomian.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan penjualan pada PT Suryaputra Sarana, penulis mencoba memberikan rekomendasi untuk pihak manajemen perusahaan, untuk akademisi, juga untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan setiap bulannya, sering kali tidak diikuti dengan kenaikan pendapatan penjualan. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan lebih menekan biaya promosi agar pendapatan penjualan dapat meningkatkan laba perusahaan.
2. Perolehan pendapatan dari penjualan mobil Mitsubishi cenderung berfluktuatif dapat bermasalah, oleh karena itu perusahaan sebaiknya meningkatkan pendapatan penjualan.

3. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang berhubungan dengan biaya promosi hendaknya meneliti faktor-faktor yang ada dalam unsur biaya promosi. Sehingga dapat menambah analisis-analisis baru yang lebih mendalam mengenai biaya promosi.

