

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Kanvas Mulia Padalarang dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh PT. Kanvas Mulia Padalarang setiap bulan selama kurun waktu tahun 2004 sampai dengan tahun 2006 mengalami fluktuatif, hal ini bisa dilihat pada tabel 4.1.
2. Pendapatan yang diterima oleh PT. Kanvas Mulia Padalarang yang berasal dari hasil penjualan selama kurun waktu tahun 2004 sampai dengan tahun 2006 cenderung mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.
3. Hubungan antara biaya pemasaran dengan hasil penjualan cukup kuat ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi 0,694. Sedangkan biaya pemasaran menunjukkan pengaruh yang positif terhadap hasil penjualan hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi 48,1%.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat merekomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil penjualan dipengaruhi oleh biaya pemasaran dalam proporsi yang tidak terlalu besar, sebagian besar justru dipengaruhi oleh faktor lain diluar biaya pemasaran. Oleh karena

itu, perusahaan hendaknya dapat menganalisis faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap hasil penjualan sehingga apabila terjadi kenaikan atau penurunan hasil penjualan dapat segera ditindaklanjuti.

2. Disarankan kepada peneliti lain agar meneliti komponen biaya lainnya dalam meningkatkan hasil penjualan. Seperti biaya bahan baku dan sebagainya.
3. Untuk lebih meningkatkan hasil penjualan yang diperoleh, perusahaan sebaiknya mengevaluasi pos pemasaran, karena terbukti bahwa pos pemasaran dapat meningkatkan hasil penjualan perusahaan.

