BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Biaya Promosi berpengaruh terhadap Volume Penjualan hal ini menunjukan bahwa dimana setiap ada peningkatan dalam Biaya Promosi maka akan meningkatkan Volume Penjualan pada 3 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2014. Sedangkan disamping itu juga dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kemasan yang menarik, harga yang terjangkau, citarasa yang diberikan, selera konsumen, kualitas produk, dan lain-lain.
2. Volume Penjualan berpengaruh terhadap Peningkatan Laba Bersih hal ini menunjukan bahwa dimana setiap kenaikan Volume Penjualan maka akan meningkatkan Laba Bersih pada 3 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2014. Sedangkan disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti modal, efisiensi biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, biaya operasional dan lain-lain.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Implikasinya Terhadap Peningkatan Laba Bersih, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang

dapat digunakan oleh 3 perusahaanyang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2014:

5.2.1 Saran Operasional

1. Bagi perusahaan yang mengalami penurunan pada volume penjualan, agar dapat meningkatkan promosi dan menambah biaya ke dalam promosi, peningkatan promosi dapat dilakukandengan cara pengenalan produk terhadap konsumen dan memberikan harga yang terjangkau, sehingga konsumen akan mengenal produk dan tertarik pada produk yang dikeluarkan oleh perusahaan.
2. Bagi perusahaan yang volume penjualannya tetap meningkat tetapi laba bersih yang didapatkan mengalami penurunan agar dapat menekan biaya operasional seperti biaya transportasi, biaya perjalanan dinas atau biaya-biaya lain yang dapat mengurangi terhadap laba sehingga jika volume penjualan mengalami kenaikan laba bersih pun akan ikut meningkat bukan menjadi turun.

5.2.2 Saran Akademik

1. Bagi Pengembang Ilmu

   Diharapkan agar dapat lebih memberikan bukti empiris dari konsep yang telah dikaji yaitu Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Implikasinya Terhadap Peningkatan Laba Bersih.

2. Bagi Peneliti Lain

Disarankan pada peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian dengan metode yang sama tetapi dengan variable, unit analis dan sampel yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep diterima secara umum.