

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan juga pembahasan mengenai biaya kualitas, biaya promosi, dan harga jual terhadap volume penjualan maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut ;

- 1) Biaya kualitas berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2019. Dimana setiap kenaikan biaya kualitas maka akan menaikkan jumlah volume penjualan. Begitupun sebaliknya semakin rendah biaya kualitas maka volume penjualan yang dihasilkan akan semakin menurun. Dengan biaya kualitas yang baik maka akan menghasilkan kualitas produk yang baik dan perusahaan akan mendapatkan volume penjualan yang baik.
- 2) Biaya promosi berpengaruh dan signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2019. Dimana setiap kenaikan biaya promosi maka akan menaikkan jumlah volume penjualan. Begitupun sebaliknya semakin rendah biaya promosi maka volume penjualan yang dihasilkan akan semakin menurun. Dengan meningkatkan biaya promosi maka akan semakin tersebar secara luas informasi produk perusahaan ke masyarakat, dan masyarakat akan mengetahui produk tersebut sehingga perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan.
- 3) Harga jual berpengaruh dan signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode

2012-2019. Dimana setiap pemurunan harga jual maka akan diikuti dengan semakin tingginya nilai volume penjualan. Begitupun sebaliknya semakin meningkatnya harga jual maka akan semakin menurun volume penjualan. Dengan menurunkan harga jual maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut, karena konsumen akan memilih produk yang harga nya rendah dibandingkan produk yang lain dan dengan kualitas tinggi, maka perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan.

Dari ketiga variabel diatas yaitu biaya kualitas, biaya promosi dan harga jual masing-masing mempunyai persentase pengaruh terhadap volume penjualan. Besar pengaruh variabel biaya kualitas yaitu sebesar 0,61%, biaya promosi 77.98%, dan harga jual -2.50%. Dari hasil tersebut, pengaruh variabel bebas yang paling besar terhadap volume penjualan yaitu variabel biaya promosi.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh biaya kualitas, biaya promosi, dan harga jual terhadap volume penjualan. Maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

5.2.1 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi perusahaan yang dapat dijadikan informasi tambahan dan menambah pengetahuan bagi manajemen mengenai biaya kualitas, biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan.

1) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat dijadikan informasi tambahan untuk memberikan masukan dalam mengevaluasi bagi pengembangan perusahaan dan sumbangan bagi manajemen dalam menetapkan kebijakan-kebijakan dan strategi dalam meningkatkan volume penjualan terutama pada biaya promosi yang harus diperhitungkan oleh perusahaan.

2) Bagi Manajemen

Diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi manajemen perusahaan atas informasi pengaruh biaya kualitas, biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan. Serta dapat memperhitungkan variabel biaya promosi, karena dari hasil penelitian biaya promosi sangat berpengaruh terhadap volume penjualan.

5.2.2 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu dan dapat digunakan sebagai acuan dan informasi dalam pengembangan penelitian yang lebih baik lagi dan bahan perbandingan bagi peneliti yang akan mengambil topik yang serupa.

1) Bagi Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan sebagai sumber informasi dan sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan disiplin ilmu akuntansi keuangan, serta kontribusi dalam pengembangan penelitian khususnya mengenai biaya kualitas, biaya promosi dan harga jual, serta sebagai masukan dan tambahan referensi bagi para pembaca khususnya dalam ilmu akuntansi biaya.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan metode yang sama namun dengan variabel, unit analisis dan sampel yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep dapat diterima secara umum.