

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka penulis dengan ini merumuskan kesimpulan, yaitu:

Berdasarkan hasil penghitungan yang sudah dilakukan pada Bilik Kayu Heritage Resto, ditemukan persamaan untuk regresi linear sederhananya yaitu $Y = -5659400,296 + 5,742 X$, yang dapat diartikan bahwa jika tidak terdapat biaya promosi yang dikeluarkan, maka tingkat penjualan yang akan terjadi dalam Bilik Kayu Heritage Resto adalah sebesar Rp -5.659.400,296 dan kenaikan maupun peningkatan nilai biaya promosi setiap 1 (satu) rupiah akan menimbulkan peningkatan pada nilai tingkat penjualan sebesar Rp 5,742. Lalu berdasarkan pada analisis statistik yang dilakukan pada Bilik Kayu Heritage Resto, menunjukkan bahwa nilai signifikansi selama 3 tahun dari 2016-2018 adalah 0,000, lebih kecil < dari probabilitas yaitu 0,05. Yang dapat dikatakan bahwa selama 3 tahun ada pengaruh signifikan antara biaya promosi dengan tingkat penjualan. Dan kemudian dari hasil penghitungan juga menunjukkan bahwa nilai *R Square* selama 3 tahun dari 2016-2018 adalah 0,580. Yang artinya bahwa, pengaruh biaya promosi terhadap tingkat penjualan adalah 58,0%, dengan $n=34$.

5.2. Saran

Berdasarkan data-data yang ada dan hasil analisis, maka berikut ini beberapa saran yang diberikan penulis untuk perusahaan Bilik Kayu Heritage Resto:

1. Telah dianalisis dalam pembahasan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat penjualan, yang dapat diartikan bahwa setiap biaya promosi dikeluarkan, akan ada kenaikan tingkat penjualan yang terjadi. Oleh karena itu, perusahaan dapat melanjutkan promosi yang sudah dilakukan untuk lebih meningkatkan tingkat penjualan. Tetapi karena perusahaan juga harus memperhitungkan beberapa pengaruh lain yang mempengaruhi tingkat penjualan, maka ada baiknya Bilik Kayu Heritage Resto memberikan batas toleransi maksimal untuk biaya promosi sebesar 50% setiap tahun dari tahun sebelumnya, karena berdasarkan pada data, kenaikan tingkat penjualan pada tahun 2018 sudah meningkat sebesar 34,95% dengan kenaikan biaya promosi sebesar 45,60%.
2. Hendaknya perusahaan untuk bisa mengklasifikasikan biaya promosi ke dalam beberapa komponen sistem promosi yang dilakukan agar lebih mudah dalam mengetahui jenis promosi mana yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Cummins, Julian., (1991), *Promosi Penjualan*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Danang, Sunyoto., (2013), *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, CAPS, Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti., (2009), *Strategi Promosi yang Kreatif*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo., (2000), *Manajemen Pemasaran*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Hansen, D. R., dan M.M. Mowen., (2006), *Akuntansi Manajemen 1*, (Terjemahan, edisi ketujuh). Salemba Empat. Jakarta.
- Husein Umar., (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis*, Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar., (2012), *Studi Kelayakan Bisnis*, (edisi revisi), Kencana, Jakarta.
- Kobs, Jim., (1991), *Pemasaran Langsung yang Menguntungkan*, Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Amstrong., (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, Edisi 12, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip., (2002), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Milenium, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip., (2000), *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Prenhalindo, Jakarta.
- Lupiyoadi., (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- M. Suyanto., (2007), *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Mardianti, Dwi., (2017), *Analisa Regresi Linier Sederhana dengan Perhitungan Manual dan dengan Aplikasi SPSS untuk Matakuliah Data Mining Semester 6*, *Makalah Statistika*, STMIK Nusa Mandiri, Juli, pp. 1 – 14
- Mulyadi., (2005), *Akuntansi Biaya*, Edisi Kelima, UPPAMP YKPN Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Rudianto., (2009), *Pengantar Akuntansi*, Erlangga, Jakarta.

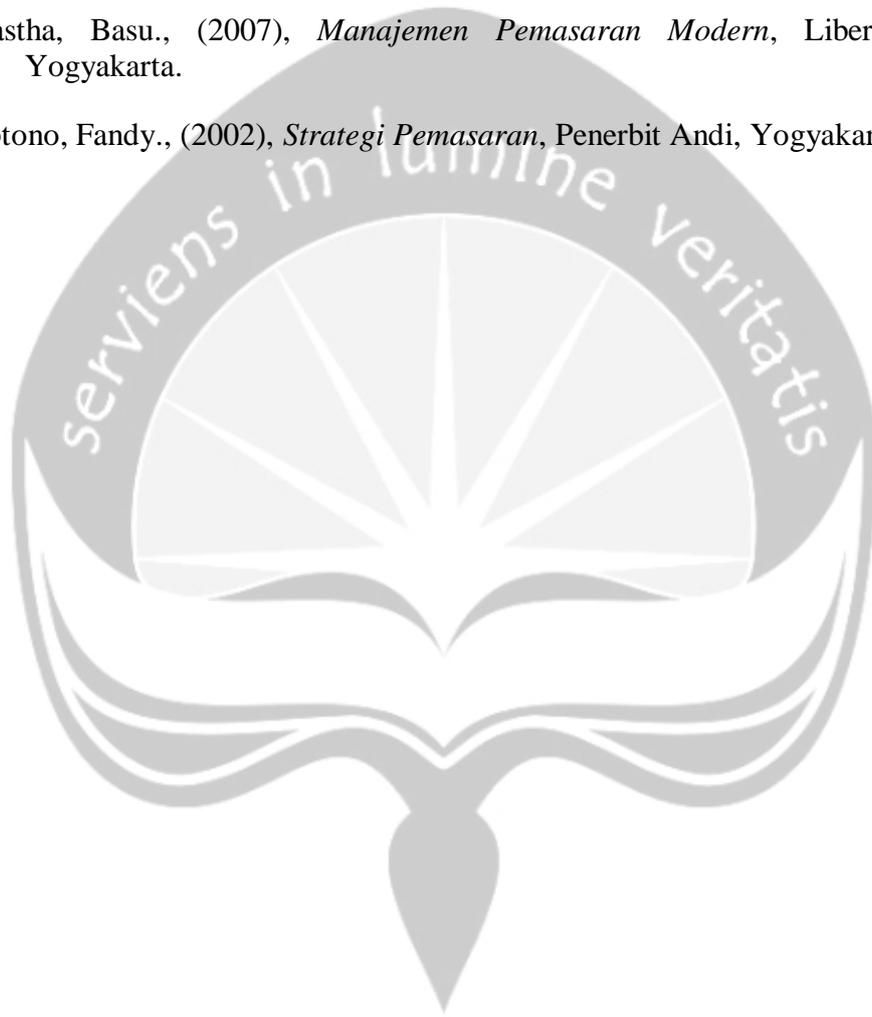
Soekresno., (2001), *Manajemen Food and Beverage Service Hotel*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Supriyono, R.A., (1987), *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan*, Edisi Kedua, BPFE; Yogyakarta.

Suyanto., M., (2003), *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, Andi Offset, Yogyakarta.

Swastha, Basu., (2007), *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy., (2002), *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.





SURAT KETERANGAN

No : 041/XI/2019/SK

Menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas sebagai berikut,

Nama : Stanislaus Kostka Herjuna Mahendra Giwangkara
No Mahasiswa : 21457 / Akuntansi
Perguruan Tinggi : Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian di CV Sonokeling Citarasa / Bilik Kayu Heritage Resto guna menyusun skripsi dengan judul "Analisis Efektivitas Biaya Promosi Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Bilik Kayu Heritage Resto)". Penelitian dilakukan selama 2 bulan, dari bulan Juli 2019 sampai dengan Agustus 2019.

Demikian surat keterangan ini, agar dapat digunakan seperlunya.

Yogyakarta, 4 November 2019



Among Sandi Laksana
Direktur