

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan masalah yang telah diperoleh pada PD Azalia Bandung mengenai “ Pengaruh Biaya Iklan Terhadap Hasil Penjualan “, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada dasarnya tujuan utama perusahaan melaksanakan kegiatan periklanan adalah untuk meningkatkan hasil penjualan, menghadapi persaingan, memberi informasi pada konsumen, serta meningkatkan citra perusahaan, disamping itu juga untuk mempertahankan pelanggan lama dan untuk mencari konsumen baru. .
2. Kegiatan periklanan PD Azalia meliputi pemilihan pesan dan media periklanan, ternyata memiliki peranan dalam meningkatkan hasil penjualan. Hal ini berarti bila periklanan ditingkatkan, maka kemungkinan besar hasil penjualan akan meningkat pula.
Adapun media yang digunakan perusahaan untuk melaksanakan periklanan yaitu melalui surat kabar, majalah, serta radio.
3. Terdapat pengaruh yang positif antara biaya iklan dengan hasil penjualan produk perusahaan, yang ditunjukkan melalui perhitungan statistik, yaitu perhitungan koefisien korelasi dimana ($r = 0.77$).

Hal ini juga didukung oleh persamaan koefisien regresinya yaitu ($Y = 23\,165\,000 + 4\,908\,789(X)$) yang menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan peningkatan hasil penjualan yang disebabkan oleh adanya peningkatan biaya iklan. Sedangkan nilai-nilai koefisien determinasi yang rata-rata sebesar 0.60 (60%) memberi kesimpulan bahwa periklanan memiliki peranan yang cukup besar dalam meningkatkan hasil penjualan produk perusahaan pada PD Azalia.

5.2 **Saran**

Dari hasil penelitian dan pembahasan masalah yang telah dilaksanakan serta kesimpulan yang telah diambil, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan bagi PD Azalia. Saran-saran tersebut adalah:

1. Penulis menilai bahwa selama ini kegiatan periklanan yang dilakukan perusahaan belum dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam meningkatkan hasil penjualan produk perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyarankan agar perusahaan lebih dapat memanfaatkan kegiatan periklanan tersebut untuk meningkatkan hasil penjualan produk perusahaan.
2. Perusahaan sebaiknya meningkatkan kegiatan periklanannya dengan menambah media iklan yang digunakan, yaitu dengan menggunakan media cetak dan media iklan lainnya, misalnya: brosur, TV dan lain-lain, dengan frekuensi pemasangan iklan yang lebih sering, sehingga

menarik dan memiliki jangkauan yang luas serta lebih sering dilihat orang.

3. Oleh karena produk yang ditawarkan oleh perusahaan adalah produk sepatu (fashion), maka disarankan agar perusahaan melakukan lebih banyak kombinasi alat-alat promosi yang ada, seperti publisitas, dan promosi penjualan. Disamping itu, iklan yang dibuat perusahaan sebaiknya dibuat dengan kata-kata yang lebih memikat serta dapat menarik perhatian dan bersifat membujuk agar calon pembeli tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan perusahaan.
4. Melalui perhitungan yang dilakukan oleh penulis, dimana hasilnya menunjukkan adanya hubungan positif antara biaya iklan dengan hasil penjualan, maka penulis menyarankan agar kegiatan periklanan ini bukan hanya dipertahankan melainkan lebih ditingkatkan lagi. .

Saran-saran tersebut diatas diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan periklanannya dimasa yang akan datang.