

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang, landasan teori, data-data yang diperoleh, dan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diketahui dan diujikan di bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- Perusahaan melakukan kegiatan promosi iklan melalui media televisi dan promosi lainnya yang dilakukan perusahaan adalah pemasaran langsung melalui media sosial dan hubungan masyarakat melalui program pendidikan bagi masyarakat Indonesia tentang manfaat dan nutrisi yang lebih baik bagi kesehatan bila mengkonsumsi produk susu cair.
- Iklan dan promosi yang dilakukan oleh PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk secara keseluruhan menghasilkan hasil yang baik dari data yang peneliti dapatkan dari *annual report* PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk.
- Dari $p\text{ value} < \alpha = 0,015 < 0,05$ yang artinya model regresi dengan variabel-variabel yang telah di pilih dapat digunakan untuk memprediksi penjualan PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk.
- $R\text{ Square}$ yang didapatkan 0,651 artinya penjualan dipengaruhi oleh biaya iklan dan promosi sebesar 65,1% dan sisanya sebesar 34,9% merupakan faktor lain yang mempengaruhi penjualan perusahaan. Jadi biaya iklan dan promosi dalam menjelaskan penjualan amat cukup berarti.
- Dari hasil uji hipotesis tabel coefficient, kolom Sig. untuk biaya iklan dan promosi \rightarrow nilai $p\text{ value} < \alpha = 0,015 < 0,05$. Interpretasinya sesuai

kriteria adalah H_0 ditolak yang artinya biaya iklan dan promosi berpengaruh positif terhadap penjualan. Dari hasil penelitian yang dilakukan, sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mukodim (2007), Elbertine (2014), dan Prihantara, Suwendra, Yulianthini (2015).

5.2 Keterbatasan Penelitian

- Jumlah objek penelitian yang digunakan hanya satu perusahaan yaitu PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company. Jika dilakukan penelitian yang serupa peneliti selanjutnya objek penelitian dapat lebih dari satu perusahaan.
- Peneliti hanya menggunakan data sekunder yang terdapat di annual report perusahaan dengan keterbatasan data biaya iklan dan promosi yang digunakan oleh perusahaan.

5.3 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan diatas maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

- Sebaiknya PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk dapat lebih mengembangkan kegiatan lainnya dalam iklan dan promosi sehingga tidak hanya kegiatan iklan televisi, pemasaran langsung melalui media sosial, dan hubungan masyarakat.
- Sebaiknya PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk dalam menyajikan dapat lebih menampilkan rincian laporan biaya iklan dan

promosi dalam *annual report* perusahaan sehingga data penelitian lebih spesifik tentang data promotional mix yang digunakan.

- Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencoba memperluas penelitian ini pada perusahaan lain, misalnya perusahaan jasa, property atau perhotelan.

