

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh biaya pemasaran dan ROI (*Return On Investment*) terhadap penetapan harga jual, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Biaya pemasaran pada PT.Gudang Garam Tbk. mengalami kenaikan setiap tahunnya yang terlihat pada tabel 4.1 yaitu mengalami kenaikan dari tahun 2014 ke tahun 2015 sebesar Rp. 626.509 dan ROI (*Return On Investment*) juga mengalami kenaikan dari tahun 2014 ke tahun sebesar 0,9 % yang dapat dilihat pada tabel 4.2.
2. Kenaikan biaya pemasaran dan kenaikan rasio ROI PT. Gudang Garam Tbk. dari tahun 2014 ke tahun 2015 berimbas pada lebih besarnya penetapan harga jual yang akan ditetapkan yaitu sebesar Rp. 29.200.939.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, maka saran yang dapat diberikan penulis untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya adalah:

1. Meningkatkan kegiatan pemasaran dapat menimbulkan kenaikan permintaan dan perusahaan akan meningkatkan harga jual produk atau jasa sehingga laba perusahaan akan ikut meningkat.
2. Disamping menggunakan analisis ROI untuk meyakinkan investor untuk berinvestasi di perusahaan analisis besarnya rasio ROI juga dapat digunakan perusahaan untuk memprediksi besarnya laba yang diharapkan perusahaan dan besarnya laba yang diharapkan ini akan mempengaruhi besarnya harga jual produk atau jasa perusahaan sehingga laba realitas akhir tahun perusahaan akan ikut meningkat sesuai kenaikan volume penjualan perusahaan.