

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab – bab diatas, sekaligus sebagai rumusan masalah dan tujuan penelitian serta bagian terakhir dalam penulisan skripsi mengenai pengaruh biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan terhadap omzet penjualan pipa pada PT. Prima Karya Agung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian tidak ada pengaruh yang signifikan antara biaya *personal selling* terhadap omzet penjualan dikarenakan *Personal Selling* $t\text{-stat} = -0,94 < t\text{-tabel } 1,692$ tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Dalam arti tujuan penelitian sudah dapat diketahui untuk biaya *personal selling* tidak berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan dikarenakan biaya *personal selling* terlalu rendah, apabila dibandingkan dengan jumlah omzet yang diterima perusahaan.

2. Dari hasil penelitian ada pengaruh yang signifikan antara biaya promosi penjualan terhadap omzet penjualan dikarenakan Promosi Penjualan $t\text{-stat} = 13.94 > t\text{-tabel} = 1,692$ berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Dalam arti tujuan penelitian sudah dapat diketahui untuk biaya promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan

dikarenakan biaya promosi penjualan cukup tinggi, sehingga dapat mempengaruhi omzet penjualan perusahaan.

3. Dari hasil penelitian ada pengaruh yang signifikan *personal selling* dan promosi penjualan terhadap omzet penjualan dikarenakan $F\text{-stat} = 99,5 > F\text{-tabel} = 3,28$ maka dapat disimpulkan variabel X_1 dan X_2 secara serentak mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan variabel Y .

Dalam arti tujuan penelitian sudah dapat diketahui untuk biaya *personal selling* dengan biaya promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan dikarenakan biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan jika befrsama – sama cukup tinggi, sehingga dapat mempengaruhi omzet penjualan perusahaan.

5.2 Saran

Setelah menyimpulkan hasil analisis, maka akan dicoba memberikan saran- saran yang mungkin dapat berguna bagi perusahaan yaitu :

1. Pelaksanaan kegiatan promosi penjualan perlu dilakukan dengan memberikan informasi mengenai produk dan perusahaan secara lebih baik. Kegiatan *personal selling* dengan menambah pengetahuan dan pengalaman salesman (*Marketing*) agar menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, tetap diperlukan dikarenakan pasar dari produk PT. Prima Karya Agung tergolong industrial market.

2. PT. Prima Karya Agung lebih tepat dan efektif untuk jangka pendek didalam menentukan program promosi penjualan, sedangkan *personal selling* untuk membantu terlaksananya promosi penjualan sehingga konsumen dapat mengetahuinya.
3. Mengingat adjusted R Square sebesar 84,92 % yang artinya *personal selling* dan promosi penjualan menjelaskan perubahan omzet penjualan 84,92 % sedangkan 15,08 % dipengaruhi faktor yang lain yang tidak disebutkan pada kerangka teori. Oleh karena itu diperlukan penelitian lanjutan dengan memasukan variabel - variabel lain yang diperkirakan meningkatkan omzet penjualan, misalnya biaya iklan dan biaya distribusi.
4. Program bauran promosi untuk biaya *personal selling* menurut statistik tidak ada pengaruh signifikan terhadap omzet penjualan sangatlah menguntungkan perusahaan disamping membantu menekan biaya operasional juga membantu program promosi yang lain.
5. PT. Prima Karya Agung hendaknya lebih tepat menentukan program promosinya untuk mempromosikan produknya.