

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Biaya promosi adalah sebuah pengeluaran yang dilakukan PT Mahardhika Propertindo untuk menaikkan hasil penjualan. Dalam upaya menaikkan hasil penjualan yang dikeluarkan PT Mahardhika Propertindo 5 jenis promosi yang dianggap efektif menghadapi persaingan usaha yang pertama adalah Periklanan (*Advertising*), yang digunakan oleh PT Mahardhika Propertindo dalam melakukan periklanan adalah brosur, lalu *Direct Mail* dan *Billboard*. yang kedua adalah penjualan perseorangan (*Personal Selling*), dalam melakukan penjualan perseorangan Mahardhika Propertindo menggunakan *sales* dan biasa disebut *property advisor*. Yang ketiga adalah *Public Relations*, yang dilakukan Mahardhika Propertindo antara lain adalah menerbitkan majalah setiap bulan. Yang keempat adalah Promosi penjualan (*sales promotion*), kegiatan promosi penjualan dilakukan dengan mengadakan pameran, *display*, dan memberikan diskon. Yang terakhir adalah pemasaran langsung (*Direct Marketing*), yang digunakan Mahardhika Propertindo adalah membuat *website*

<http://www.oaktower-gadingicon.com/> yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dalam membeli *Oak Tower Apartement*.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa hasil kontribusi variabel biaya promosi terhadap hasil penjualan ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,253 atau 25,3%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel biaya promosi terhadap hasil penjualan sebesar 25,3%. Hasil dalam taraf signifikansi bahwa nilai sig adalah 0,012. Kriterianya dapat ditentukan berdasarkan uji signifikansi (sig) kriteria signifikannya adalah 0,05 karena nilai sig = 0,000 < 0,05. Hal ini dapat diartikan variabel biaya promosi mempengaruhi hasil penjualan secara signifikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti ingin memberikan beberapa saran kepada PT Mahardhika Propertindo agar meningkatkan lagi biaya promosinya guna memperkuat pengaruhnya dalam hasil penjualan. Beberapa saran tersebut yaitu :

1. PT Mahardhika Propertindo harus fokus dalam memilih jenis periklanan (*Advertising*) untuk evaluasi kedepannya untuk mempromosikan *Oak Tower Apartement*.
2. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*) PT Mahardhika Propertindo diharapkan lebih dioptimalkan dari segi desain *website* nya guna menarik minat konsumen dalam membeli *Oak Tower Apartement*.