

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Biaya promosi adalah sebuah pengeluaran yang dilakukan PT. Metropolitan Land cabang Ujung Menteng untuk menaikkan hasil penjualan. Dalam kegiatan kegiatan menaikkan hasil penjualan yang dikeluarkan PT. Metropolitan Land cabang Ujung Menteng mengeluarkan sejumlah biaya untuk 4 jenis promosi yang yang dianggap efektif. 4 jenis promosi itu adalah;
 - a. Periklanan, adalah promosi yang dilakukan untuk menarik konsumen baru. Jenis periklanan yang dilakukan adalah dengan koran, tabloid, radio, majalah, *online*, *banner*, baliho, *billboard*, brosur, dan *flyer*.
 - b. Promosi Penjualan, adalah promosi yang diberikan PT. Metropolitan Land cabang Ujung Menteng kepada konsumen yang sudah melakukan akad pembelian. Jenis promosi penjualannya adalah Hadiah dan *souvenir*.
 - c. Hubungan Masyarakat, adalah promosi yang dilakukan PT. Metropolitan Land cabang Ujung Menteng untuk mempromosikan *brand image*. Jenis hubungan masyarakat yang dilakukan adalah *product publicity* dan *pers relation*.

d. Penjualan Perseorangan, adalah promosi yang dilakukan perusahaan kepada konsumen dengan melakukan presentasi tanya jawab. Jenis penjualan perseorangan adalah *prospecting, targeting, selling, dan communicating*

Dari keempat jenis promosi di atas, jenis yang kurang maksimal dalam pelaksanaannya adalah periklanan, karena masih ada jenis jenis periklanan yang bermanfaat bagi perusahaan seperti iklan di tv seperti yang sudah dilakukan oleh pesaing pesaing lainnya.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi, bahwa pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan adalah 0.950 atau 95%. Sedangkan dari hasil perbandingan t hitung dengan t table, dapat kita lihat bahwa nilai t hitung (13,951) lebih besar dari t table (2,920) maka dapat disimpulkan bahwa, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa pada PT. Metropolitan Land cabang Ujung Menteng, variabel promosi mempengaruhi besaran *hasil* penjualan secara signifikan.

B. Saran

1. PT. Metropolitan Land cabang Ujung Menteng diharapkan lebih mengoptimalkan jenis promosi bagian periklanan.

2. PT. Metropolitan Land cabang Ujung Mentengharus lebih gencar dalam berpromosi karena promosi adalah ujung tombak perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan.