

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari penyusunan anggaran biaya promosi terhadap peningkatan pendapatan di PT. Gorontalo Cemerlang. Koefisien regresi sebesar 15,261 menunjukkan arah positif, maka semakin besar anggaran biaya promosi akan semakin besar pula peningkatan pendapatan di PT. Gorontalo Cemerlang.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan di atas peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat berguna bagi PT. Gorontalo Cemerlang dalam menyusun anggaran biaya promosi untuk meningkatkan pendapatan, yaitu.

1. Dalam mencapai tujuan penyusunan anggaran biaya promosi dibutuhkan kerja sama dan kordinasi dari berbagai pihak untuk diharapkan dalam penyusunan anggaran selanjutnya lebih memperhatikan kerjasama antar divisi.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan terhadap faktor-faktor diluar anggaran biaya promosi seperti anggaran biaya penjualan dan anggaran biaya operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani. 2010. Peranan Anggaran Biaya Promosi sebagai Alat Pengendalian Manajemen dalam Meningkatkan Penjualan (Studi kasus pada Hotel Royal Corner Bandung). *Jurnal*. Universitas Widyatama.
- Baridwan Zaki. 1992. *Intermediate Accounting*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Brett W. Lowe. 2004. *Seni Menggunakan dan Meningkatkan Periklanan yang efektif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo gamedia.
- Ellen Chistina. M.Fuad.Sugiarto dan Edy Sukarno. 2005. *Anggaran Perusahaan: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Fitriani. 2013. Pengaruh Promosi dan Outlet Penjualan terhadap Peningkatan Pendapatan Kartu Perdana pada PT. XL MITRA ABADI UTAMA MAKASAR. *Jurnal*. Universitas Hasanuddin.
- Giultinan Joseph P dan Paul Gordon W. 1994. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. (Diterjemahkan oleh: Agus Maulana). Jakarta: ERLANGGA.
- Halim Adbul dan Bambang Supomo. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Haruman Tendi dan Sri Rahayu. 2007. *Penyusunan Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Kolter, Philip. 2007. *Principles of Marketing*. Ninth edition. New Jersey: Printice hall Inc.
- Kotler, Phlilip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. (Diterjemahkan oleh: Benyamin Molan). Jakarta: PT Indeks.
- Krisna Armila Warindrani. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Mathama. 2012. *Pengakuan Pendapatan pada Perusahaan Jasa Konstruksi (Studi kasus pada PT. RANTE MUTIARA INSANI)*. *Laporan Magang*. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*, edisi 5. Yogyakarta: Aditya Media.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Shimp, Terence A. 2004. *Periklanan Promosi*. Jakarta: ERLANGGA.
- Sucipto. 2003. Analisis PSAK No.23 tentang Pendapatan. *Jurnal. Universitas Sumatra Utara*.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Trias. 2008. Pengaruh Promosi Penjualan dan Iklan terhadap Volume Penjualan PT. JAWA POS RADAR MALANG. *Jurnal. Universitas Brawijaya*.
- Wijaya Gunawan. 2005. Evaluasi Kinerja Pada PT. SINAR SOSRO SEMARANG untuk menilai Efektifitas dan Efisiensi Kegiatan Penjualan melalui Pemeriksaan Manajemen. *Jurnal. Universitas Katolik Soegijapranata*.