

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian, nilai t_{hitung} untuk variabel biaya promosi adalah sebesar 12,61244 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau berada dibawah 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, pada tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Persero) Cabang Gorontalo yang diamati selama 2015-2017.
2. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai koefisien determinasi untuk model regresi yang diamati adalah sebesar 0,823901 atau 82,39%. Nilai ini berarti bahwa perubahan pendapatan dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Persero) Cabang Gorontalo yang diamati selama tahun 2015-2017 dapat dijelaskan oleh variabel biaya promosi sebesar 82,39%. Sedangkan sisanya sebesar 17,69% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

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

DAFTAR PUSTAKA

- Acmadzar. 2014. Pengaruh Penyusunan Anggaran Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan. *Skripsi*. Universitas Negeri Gorontalo.
- Armana, Made Adi, I Ketut Kirya, dan I Wayan Suwendra. 2015. Pengaruh Biaya Promosi, dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Damai Di Singaraja Tahun 2013. *Jurnal Manajemen*. Vol. 3.
- Aswin dan Syaharuddin. 2015. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah Pada Perumahan Grand Aroepala Di Makassar. *Jurnal Iqtisaduna*. Vol. 1 (2). Halaman 2-9.
- Bangun, P. Immanuel dan Ira. 2011. Analisa Pengaruh Biaya Promosi, Distribusi dan Desaint Furniture Terhadap Penjualan Furniture Pada CV. Al Makmur Jaya Jakarta.
- Baridwan, Z. 2004. *Intermediate Accounting Edisi kedelapan*. Yogyakarta: BPFE.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair dan Carl Mcdaniel, 2001. *Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cravens, David. 2002. *Pemasaran Strategis Edisi 4 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Dinar, I Gusti Putu Gede Indra, Ni Nyoman Yulianthini, dan Gede Putu Agus Jana Susila. 2016. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan UD Tirta Di Jembrana. *Jurnal Manajemen*. Vol. 4.
- Fachrunnisa. 2017. Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *Jurnal Ilmu Akuntansi*. Vol. 10 (2). Halaman 355-357.

- Firdaus, Yusnizal. 2011. Peranan Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Vol. 1 (2). Halaman 145-148.
- Firdausa, Rosetyadi Artistyan. 2012. Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Pasar Bintoro Demak. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Gantino, Rilla dan Gunawan. 2010. Analisis Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Kualitas Jasa Terhadap Tingkat Likuiditas Pada PT Bank UOB Buana Tbk Kantor Pusat Operasioanl. *Jurnal Riset Akuntansi*. Vol.10 (2). Halaman 220-221.
- Ghozali, Imam. 2013. *Analisis Multivariat Dengan Program SPSS 21 Edisi 7*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Haryanto, Amelia dan Rizzal Effendi. Analisis Perlakuan Akuntansi Pendapatan Jasa Dalam Rangka Penyajian Laporan Keuangan Pada CV Citra Nusa Bakti Palembang.
- Isrohah, Rohmatul. 2015. Analisis Pengaruh Modal Kerja dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Pedagang Kaki Lima Di Kelurahan Ngaliyan Semarang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- John, C. Mowen, dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kartanegara. 2009. *Penjualan dan Pemasaran Produk*. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 11*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi. 2000. *Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate) (Prinsip, Prosedur dan Metode)*. Malang: Universitas Brawijaya.

- Markota, Ljerka, Zeljana Aljinovic Barac, dan Vinka Knezovic. 2015. Impact Of Promotional Costs On Company's Profitability. *Journal Of Accounting and Management*. Halaman 19-23.
- Novera, Ade. 2014. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Honda Di CV. Mitra Makmur Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 2 (4). Halaman 900-905.
- Rahadian, Dani dan Adithya Pratomo. 2013. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kamar di Hotel Benua Bandung. *Jurnal BINUS Bisnis Review*. Vol. 4 (2). 15 halaman.
- Raharja, Pratama. 2002. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rinawati, Dwi. 2017. Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Menurut PSAK No. 23 Pada Perusahaan Biro Jasa Perjalanan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 8 (1). Halaman 41.
- Rustami, Putu, I Ketut Kirya, dan Wayan Cipta. 2014. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. *Jurnal Manajemen*. Vol. 2. Halaman 4.
- Santosa, P. B. dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. ANDI: Yogyakarta.
- Santoso, S. 2010. *Statistik Parametrik (Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setiawan, Joko. 2012. Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Industri Kecil Sepatu Kulit Di Kabupaten Magetan. *Jurnal AKMENBIS*. Vol. 1 (1). 20 halaman.
- Simamora, Henri. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soemarso, SR. 2005. *Akuntansi Suatu Pengantar Buku 2 Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiri dan Sumiyana. 1996. *Akuntansi Menengah*. Yogyakarta: AMP YPKN.
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.
- Suwardjono. 2011. *Akuntansi Pengantar Proses Penciptaan Data Pendekatan Sistem Bagian 1*. Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomi Gadjah Mada.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1998. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 2005. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Triyadi, DT. 2002. *Aspek-Aspek Pengaruh Omzet Penjualan Produk*. Jakarta: Eka Persada.
- William, K. Carter dan Milton F. Usry. 2004. *Akuntansi Biaya Edisi XIII Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat