

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Sebagai penutup dari pembahasan bab – bab sebelumnya, maka dalam bab V ini penulis mencoba akan menyimpulkan apa yang telah diuraikan mengenai apa yang diuraikan mengenai biaya periklanan yang telah dilakukan pada PT. Mandom Indonesia Tbk. Selanjutnya penulis akan mencoba memberikan yang mungkin diperlukan dan bermanfaat untuk memecahkan hambatan yang dihadapi oleh PT. Mandom Indonesia Tbk dalam usahanya meningkatkan penjualan yang dicapai.

Berdasarkan pembahasan mengenai periklanan dalam meningkatkan penjualan pada PT. Mandom Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Mandom Indonesia telah melakukan kegiatan kebijakan periklanan berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 14 korelasi antara hubungan biaya periklanan atau peranan periklanan terhadap penjualan pada PT, Mandom Indonesia Tbk, menunjukkan bahwa koefisien korelasi ( $R$ ) = 0,41

dan ini menunjukkan bahwa ada hubungan atau pengaruh yang positif antara biaya periklanan dan penjualan.

2. Dalam kegiatan periklanan pada PT.Mandom Indonesia masih terdapat beberapa hambatan yang mempengaruhi jumlah penjualan perusahaan diantaranya, hambatan dari produk itu sendiri, pengaruh biaya iklan yang tidak menentu pada tiap bulanya karena keterbatasan dana yang dianggarkan, penggunaan media yang kurang, faktor daur hidup produk yang kalah dari pesaing dimana perusahaan kurang mengingatkan konsumen akan keunggulan produk, juga faktor lain yang ada diluar perusahaan seperti kondisi ekonomi Indonesia, situasi politik, bencana alam dan lain-lain.
3. Dari analisa dengan menggunakan program SPSS 14 diketahui anggaran biaya iklan yang dikeluarkan didapat garis persamaan regresi  $\hat{Y} = 3042,259 + 0,18141 X$ . Berdasarkan hasilregresi ini nilai b sebesar Rp 0,18141 Milyar membawa arti bahwa setiap perubahan variabel X (biaya iklan) sebesar Rp. 1 milyar, maka akan diimbangi dengan perubahan variabel Y (penjualan) sebesar Rp. 0,18141 Milyar
4. Sedangkan hasil perhitungan koefisien determinasi atau R square diperoleh sebesar 0,17, hal ini menunjukkan bahwa peranan biaya periklanan pada PT. Mandom Indonesia dalam meningkatkan

penjualan adalah sebesar 41%. Sedangkan sisanya sebesar 59% hasil penjualan ditentukan oleh faktor-faktor lain seperti pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi lainnya.

## B. Saran-saran

Setelah penulis membahas pelaksanaan periklanan dalam upaya peningkatan penjualan pada PT. Mandom Indonesia serta merangkumnya dalam upaya suatu kesimpulan, maka penulis mencoba untuk mengajukan saran-saran yang mungkin dapat memberikan masukan bagi PT. Mandom Indonesia khususnya dalam melaksanakan periklanan :

1. PT. Mandom Indonesia hendaknya lebih meningkatkan mutu produknya, dengan berbagai macam pilihan kebutuhan karena produk unggulan seperti Gatsby, Pucelle, Pixy, sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas.
2. Untuk memperluas pemasaran, sebaiknya tenaga pemasaran diperbanyak dan disesuaikan dengan dengan hasil penjualan.
3. PT. Mandom Indonesia harus senantiasa mengamati perkembangan teknologi khususnya dalam bidang periklanan agar selalu dapat mempertahankan kelangsungan produknya serta memberikan informasi produk kepada masyarakat luas. Periklanan hendaknya dilakukan secara terus-menerus, sehingga perusahaan lebih dikenal dimasyarakat agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Hal ini perlu dilakukan agar

masyarakat selalu disadarkan dan diingatkan akan keberadaan perusahaan.

4. Untuk meningkatkan penjualan yang ingin dicapai, maka perusahaan perlu menetapkan biaya periklanan yang memadai agar tujuan perusahaan dapat tercapai.
5. PT. Madom Indonesia dalam melakukan periklanan produk kosmetika dan perawatan pribadi perlu disesuaikan dengan moment-moment yang sedang dan akan berlangsung sehingga tujuan periklanan tersebut dapat langsung mengena dihati masyarakat.
3. PT. Mandom Indonesia agar lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) khususnya pada divisi periklanan.
7. Hendaknya PT. Mandom Indonesia terus berinovasi dalam mengembangkan kreatifitasnya dalam penyajian bentuk iklan yang menarik agar mendapat respon yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat luas.

## DAFTAR PUSTAKA

Assuari Sofyan, SE, MBA, 1996 **"Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi"** Jakarta : Penerbit CV Rajawali.

Alma Buchari, Prof, Dr, H, 1997 **"Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa"** Bandung : Penerbit : Alfabeta.

E. Jerome Mc Carthy William dan Perreault, Jr, 1996 **"Dasar-dasar Pemasaran"** Edisi kelima, Penerbit : Erlangga.

Fandy Tjiptono, 1995 **"Strategi Pemasaran"** Yogyakarta. Penerbit : ANDI

Philip Kotler, 1997 **"Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian"** Jilid 1 & 2, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta, Penerbit :Prenhalindo.

Philip Kotler, 2002 **"Manajemen Pemasaran"** Edisi Milenium 2, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta, Penerbit : Prenhalindo.

Rasali Rhenald, 1997 **"Manajemen Periklanan"** Cetakan Keempat, Jakarta, Penerbit : Grafity.

Stanton J. William, 2001 **"Prinsip-prinsip Pemasaran"** Jakarta, Penerbit : Erlangga

Swatsha Basu dan Irawan, 2001 **"Manajemen Pemasaran Modern"** Cetakan Kesembilan, Yogyakarta. Penerbit : Liberty.

Suryahadi Purwanto, 1996 **"Metode Penelitian"** Edisi kedua, Jakarta, Penerbit : Gramedia.

**Descriptive Statistics**

Mean	Std. Deviation	N
3.982,50	508,748	36
51.826,78	11.657,105	36

**Correlations**

		Iklan	Penjualan
Relation	Iklan	1,000	,416
	Penjualan	,416	1,000
)	Iklan	.	,006
	Penjualan	,006	.
	Iklan	36	36
	Penjualan	36	36

**ables Entered/Removed<sup>b</sup>**

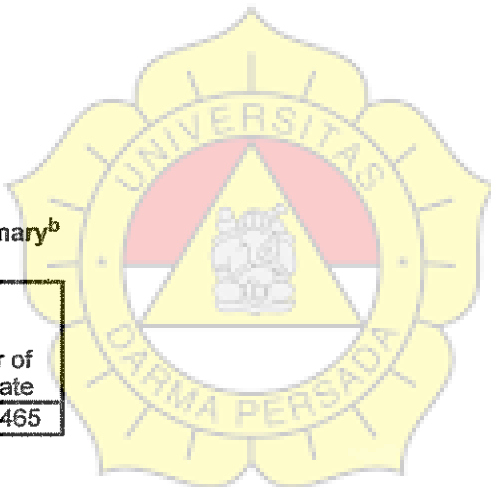
Variables Entered	Variables Removed	Method
Penjualan <sup>a</sup>	.	Enter

sted variables entered.

nt Variable: Iklan

**Model Summary<sup>b</sup>**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,416 <sup>a</sup>	,173	,148	469,465



**Model Summary<sup>b</sup>**

Change Statistics					Durbin-Watson
Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
,173	7,103	1	34	,001	2,409

s: (Constant), Penjualan

nt Variable: Iklan

ANOVA<sup>b</sup>

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1565378,3	1	1565378,338	7,103	,001 <sup>a</sup>
Residual	7493496,7	34	220396,961		
Total	9058875,0	35			

tors: (Constant), Penjualan

ndent Variable: Iklan

Coefficients<sup>a</sup>

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3042,259	361,375		8,419	,000
Penjualan	,018	,007	,416	2,665	,001



Coefficients<sup>a</sup>

	95% Confidence Interval for B	
	Lower Bound	Upper Bound
Constant)	2307,856	3776,662
Penjualan	,004	,032

Dependent Variable: Iklan

Residuals Statistics<sup>a</sup>

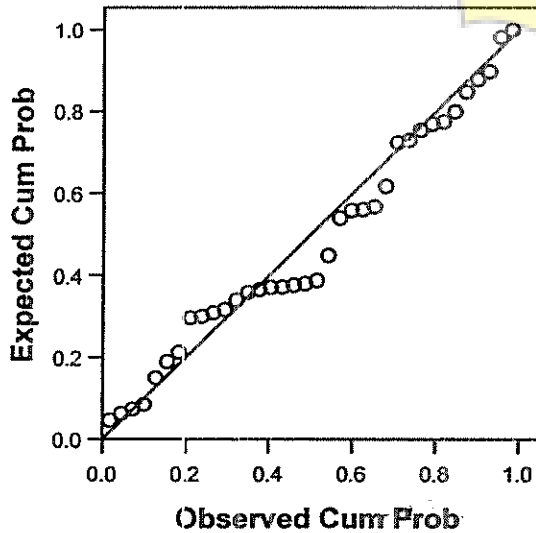
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Unadjusted	3.589,24	4.354,65	3.982,50	211,483	36
Adjusted Value	-1,860	1,760	,000	1,000	36
Standard Error of the Estimate	78,320	167,022	107,876	24,989	36
Adjusted R Square	3.384,80	4.374,99	3.980,81	220,003	36
Adjusted R Square	-790,108	1.410,760	,000	462,709	36
Adjusted R Square	-1,683	3,005	,000	,986	36
Adjusted R Square	-1,728	3,215	,002	1,025	36
Adjusted R Square	-832,941	1.615,202	1,689	501,314	36
Adjusted R Square	-1,782	3,797	,018	1,093	36
Adjusted R Square	,002	3,458	,972	,932	36
Adjusted R Square	,000	,749	,043	,125	36
Average Value	,000	,099	,028	,027	36

Dependent Variable: Iklan



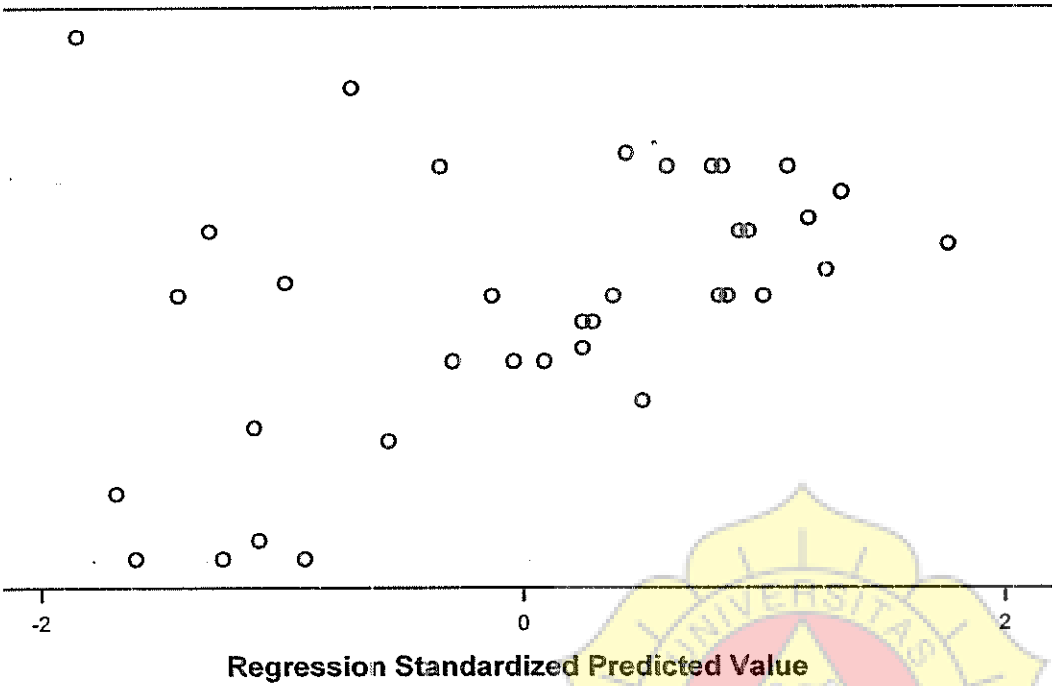
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Iklan



# Scatterplot

Dependent Variable: Iklan



**SURAT KETERANGAN  
RISET/SURVEY/PRAKTEK KERJA/KUNJUNGAN  
NO. 025 /VIII/M /2006**

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa mahasiswa dari Universitas Darma Persada dibawah ini :

Nama : Prihariyatno. S  
Nim : 02410037  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan/Program : Manajemen / S1  
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Periklanan Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Pada PT.Mandom Indonesia Tbk.  
Perguruan Tinggi : Universitas Darma Persada  
Alamat : Jl. Radin Inten II, Pondok Kelapa  
Jakarta Timur

Mahasiswa tersebut diatas telah melakukan Riset/Survey/Praktek Kunjungan di PT. Mandom Indonesia Tbk. dari tanggal sampai 1 Juli 2006 sampai 9 Agustus 2006.

Surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.







Jakarta, 09 Agustus 2006  
PT. MANDOM INDONESIA  
JAKARTA - INDONESIA



KUSUMO SASMOYO .SH  
Manager HRD

## LEMBAR KEGIATAN PENYUSUNAN SKIRPSI

NAMA MAHASISWA : PRIHARIYATNO. S  
NIM : 02410037  
DOSEN PEMBIMBING I : SUKARDI H. S. SE.MM





KONSULTASI KE	TANGGAL KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING
I	7/6-06.	Pengajuan Proposal Penelitian	
II	20/6-06.	Revisi & Seminar Proposal.	
III	7/8-06.	Pembahasan bab IV Analisis Data.	
IV	8/8-06.	Pembahasan bab V Kesimpulan & Saran	
V	9/8-06.	Revisi & Uraian Bab I s.d bab V.	
VI	11/8-06.	Final Skripsi: Uraian di Sidang	

Tanggal mulai bimbingan : 7/6-06.  
Tanggal selesai bimbingan : 11/8-06.

CATATAN :  
Tanggal mulai bimbingan dicantumkan sejak dikeluarkannya surat ini.

## LEMBAR KEGIATAN PENYUSUNAN SKIRPSI

NAMA MAHASISWA : Priherijana.S  
NIM : 02410037  
DOSEN PEMBIMBING : Erika Takidah SE Ak M.Si

KONSULTASI KE	TANGGAL KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING
I	8 / Juni 2006	Perbaiki bab 1 - 3	
II	15 / Juni 2006	Perbaiki bab 1 Pendahuluan	
III	9 / Agt 2006	Analisa & Pembahasan	
IV	12 / Agt 2006	Bab 1 - 5	
V			
VI			

Tanggal mulai bimbingan : 8/6/2006

Tanggal selesai bimbingan : 12/8/2006

CATATAN :  
Tanggal mulai bimbingan dicantumkan sejak dikeluarkan surat ini.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Prihariyatno .S  
Tempat /Tanggal Lahir : Jakarta 20 Oktober 1984  
Alamat : Jl Tenggara 13 No 231 RT04 RW 08 Perumnas  
satu Bekasi  
Agama : Islam  
Jenis kelamin : Laki-Laki

### Riwayat Pendidikan

SDN 06 Pagi Balimester Jakarta 1990 - 1996

SMPN 62 Rawa Bunga Jakarta 1996 - 1999

SMUN 55 Duren Tiga Jakarta 1999 - 2002

Universitas Darma Persada, Jakarta 2002 - sekarang

