

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan perusahaan yang dihasilkan dari perusahaan Cv. Karya Jaya, dari hasil analisis data yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif antara biaya pemasaran terhadap pendapatan perusahaan yang dihasilkan. Karya Jaya selama 3 tahun hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,061 > 1,691$ )
2. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan perusahaan adalah 0.571 menyatakan bahwa kekuatan hubungan variabel independen yaitu biaya pemasaran terhadap variabel dependen yaitu pendapatan perusahaan sebesar 57,1% yang mengandung arti bahwa biaya pemasaran mempunyai hubungan kuat terhadap pendapatan perusahaan. Pada analisis koefisien determinasi diperoleh  $R^2 = 0,327$  atau 32,7 % artinya variabel biaya pemasaran mempengaruhi variabel pendapatan perusahaan, dan sisanya 67,3% dipengaruhi oleh variabel lain.
3. Biaya dalam konsep Islam diartikan sebagai pengeluaran yang benar-benar telah dikeluarkan untuk kepentingan tersebut sesuai dengan kaidah Islam,

biaya pemasaran di Cv. Karya Jaya Pandeglang dalam praktiknya melakukan kegiatan sesuai dengan kaidah, dan prinsip syariah dalam hal jual beli, muamalah. Juga etika perdagangan, penjualan atau pemasaran, sesuai menurut prinsip syariah.

## **2. Saran-saran**

1. Dalam pemasaran produk penulis sarankan adanya media lain yang lebih relevan dalam pemasaran produk, misalnya dengan cara memasarkan produk di situs internet dan brosur serta pemasangan iklan di media cetak, karena hal ini akan menjadi hemat dalam pengeluaran biaya pemasaran
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau referensi untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dalam dunia pendidikan.