

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai Variabel *Intervening*” diperoleh hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,986. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Biaya Promosi, Biaya Produksi dan Volume Penjualan dapat menjelaskan peningkatan Laba Bersih sebesar 98,6 %. Sedangkan sisanya 2,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam analisis penelitian ini.

1. Biaya Promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Laba Bersih PT. Unilever Indonesia Tbk.
2. Biaya Produksi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Laba Bersih PT. Unilever Indonesia Tbk.
3. Volume Penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Laba Bersih PT. Unilever Indonesia Tbk.

4. Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel Biaya Promosi, Biaya Produksi dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih.
5. Nilai t hitung yang diperoleh dengan menggunakan rumus *Sobel Test* dari persamaan pertama (pengaruh variabel Biaya Promosi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai variabel *intervening*), kesimpulannya tidak terdapat pengaruh mediasi. Sedangkan t hitung dari persamaan kedua (pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening*) kesimpulannya tidak terdapat pengaruh mediasi.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menguji pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai variabel *intervening*.

2. Penelitian ini hanya terbatas pada PT. Unilever Indonesia Tbk., periode 2011-2020. Dengan demikian, bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lokasi dan waktu penelitian pada perusahaan lainnya.

C. Saran-saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran untuk beberapa pihak. Bagi perusahaan, penelitian ini diketahui bahwa proses promosi dan produksi yang dilakukan perusahaan mengeluarkan biaya yang cukup besar. Hal ini diharapkan perusahaan dapat memanfaatkan biaya-biaya yang dikeluarkan sebaik mungkin, secara efektif dan efisien. Sedangkan bagi penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat mengembangkan penelitian ini menjadi luas. Melakukan penelitian dengan metode yang sama, namun bisa dengan variabel, metode analisis, populasi dan sampel yang berbeda, sehingga akan menghasilkan kesimpulan yang melengkapi serta mendukung teori dan konsep yang diterima secara umum.