

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis mengumpulkan data untuk meneliti, membahas dan menganalisa mengenai pengaruh promosi terhadap penjualan Risperdal Consta Injection pada Jansen Cilag Indonesia Cabang Jakarta III maka pada bab terakhir ini penulis akan menyampaikan kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Kegiatan promosi yang diterapkan oleh Jansen Cilag Indonesia sudah sangat tepat dan membantu volume penjualan obat Risperdal Consta Injection.
2. Analisa kegiatan promosi menggunakan perhitungan koefisien korelasi, dimana promosi sebagai variabel X sedangkan penjualan sebagai variabel Y. Setelah diolah dan dihitung didapat $r = 0,848$ dan $r = 0,905$ atau mendekati angka +1, Yang berarti antar promosi dan penjualan mempunyai hubungan yang sangat kuat dan positif.
3. Berdasarkan nilai yang didapat, maka besar kontribusi variabel promosi terhadap variabel penjualan untuk tahun 2010 adalah 72% sedangkan untuk Tahun 2011 adalah 82%. Disini terjadi penurunan dikarenakan ada beberapa factor seperti pelayanan, profil produk, dan harga.

4. Persentasi biaya pemasaran terhadap penjualan sebesar 10,1% (tahun 2010) dan 10,6% (tahun 2011) masih dapat diterima karena berada di bawah besaran persentase yang disebut oleh Kotler dan Amstrong.

5.2 Saran

1. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa sistem promosi sudah baik. Semoga bisa dikembangkan baik kuantitasnya maupun kualitasnya sehingga bisa meningkatkan penjualan dan tentunya meningkatkan keuntungan perusahaan.
2. Kontribusi promosi yang sangat baik terhadap penjualan sebaiknya dapat dijaga konsistensinya sehingga misi dan visi perusahaan dapat dicapai.