

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis jalur dan uji T Biaya Pemasaran berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Laba pada pelaku usaha bidang kuliner dan *fashion* yang menggunakan jasa selebgram di wilayah Kota Cirebon dengan nilai signifikansi $0,125 > 0,05$ yang artinya ketika Biaya Pemasaran meningkat maka dapat menurunkan Laba pada pelaku usaha bidang kuliner dan *fashion* yang menggunakan jasa selebgram di wilayah Kota Cirebon.
2. Berdasarkan hasil analisis jalur, uji T, dan uji F Biaya Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada pelaku usaha bidang kuliner dan *fashion* yang menggunakan jasa selebgram di wilayah Kota Cirebon dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya jika biaya pemasaran meningkat maka dapat meningkatkan volume penjualan pada pelaku usaha bidang kuliner dan *fashion* yang menggunakan jasa selebgram di wilayah Kota Cirebon.
3. Berdasarkan hasil analisis jalur dan uji T Volume Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba pada pelaku usaha bidang kuliner dan *fashion* yang menggunakan jasa selebgram di wilayah Kota Cirebon dengan nilai signifikansi $0,011 > 0,05$ yang artinya jika volume penjualannya meningkat maka cenderung dapat memperoleh laba bersih yang tinggi pada pelaku usaha bidang kuliner dan *fashion* yang menggunakan jasa selebgram di wilayah Kota Cirebon.
4. Berdasarkan hasil analisis jalur, uji T, dan uji F Volume Penjualan memediasi pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba pada pelaku usaha bidang kuliner dan *fashion* yang menggunakan jasa selebgram di wilayah Kota Cirebon dengan nilai signifikansi $0,125 > 0,05$ dan $0,011 < 0,05$ serta dengan nilai perhitungan dari *Standardized Coefficient Beta* 0,309. Dengan demikian, terdapat pengaruh tidak langsung Biaya Pemasaran melalui

Volume Penjualan terhadap Laba sebesar 0,309 yang artinya Volume Penjualan memediasi pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba pada pelaku usaha bidang kuliner dan *fashion* yang menggunakan jasa selebgram di wilayah Kota Cirebon.

B. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pemasaran memiliki pengaruh yang negatif terhadap laba bersih. Hal tersebut bisa terjadi karena tingginya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pelaku usaha, namun tidak efektif untuk meningkatkan laba bersihnya. Maka dari itu, disarankan pada para pelaku usaha untuk mengefektifkan penggunaan dari biaya pemasaran dengan sebaik mungkin agar peningkatan laba bersihnya pun efektif dan stabil.
2. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa volume penjualan dapat berperan sebagai variabel yang mendukung pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih. Oleh karena itu, diharapkan para pelaku usaha di Kota Cirebon untuk selalu meningkatkan volume penjualan sebagai salah satu faktor yang berpengaruh pada perolehan laba bersih.
3. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan untuk dapat mengembangkan lagi penelitian dengan menggunakan metode yang serupa namun dengan menggunakan sampel, variabel, dan unit analisis yang berbeda. Hal ini bertujuan agar dapat memperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep yang diterima secara umum.