

## BAB V

### PENUTUP

Dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan yang merangkum beberapa hal sebagai hasil analisa data dan pembahasan, juga akan diberikan saran-saran untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian ini dan tujuan perusahaan.

#### A. Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan umum yang akan disajikan secara terpadu dan menyeluruh sebagai berikut :

- a. Dengan menggunakan model persamaan Regresi Linier antara biaya promosi dan hasil penjualan PT. Great River Garment Industries, didapatkan persamaan :

$$YI = 14.612,58 + 7.28X1$$

Persamaan tersebut menunjukan bahwa penjualan Bra (BH) pada perusahaan ini akan meningkat dari tahun ke tahun sejalan dengan meningkatnya biaya promosi, dimana koefisien regresinya menunjukan positif (7.28).

- b. Dari hasil perhitungan Test perhitungan penentu ( $R^2_{test}$ ) diperoleh 0.9038 yang artinya bahwa penggunaan variabel biaya promosi dalam merencanakan penjualan Bra (BH) adalah tepat dan benar.
- c. Dari hasil perhitungan Test perhitungan korelasi (r) diperoleh hasil 95.07%. Berarti variabel biaya promosi mempengaruhi hasil penjualan dalam persamaan perencanaan didapat hasil sebesar 95.07% sedangkan sisanya

sebesar 4.93% dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti : harga jual, distribusi dan mutu produk.

d. Dari hasil pengujian significant (F test dan T test), diperoleh :

1.  $F_{test} = 28,1694$                        $F_{tabel} = 10,1000$

Menunjukkan bahwa koefisien "b" dalam persamaan perencanaan Regressi Linier terhadap hasil penjualan perusahaan ini sebesar :  $YI = 14.612,58 + 7.28XI$  adalah significant berbeda dari nol. Dengan demikian dapatlah disimpulkan bahwa persamaan Regressi yang tepat atau benar adalah Linier, yaitu :  $YI = a + b X$ .

2. Dari hasil perhitungan  $T_{test}$  diperoleh :

Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien Regressi "a" dan koefisien Regressi "b", secara perhitungan adalah berbeda nyata (significant) dari nol. Sehingga dapatlah dikatakan bahwa penggunaan persamaan  $YI = 14.612,58 + 7.28XI$  adalah tepat atau benar secara perhitungan dalam penyusunan perencanaan penjualan Bra (BH) pada PT. Great River Garment Industries ini.

## B. Saran-saran

Berdasarkan analisa dan pembahasan mengenai pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan Bra (BH) PT. Graet River Garment Industries, penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Biaya promosi disarankan lebih ditingkatkan.
2. Perusahaan membuat produk yang bisa terjangkau oleh konsumen yang ekonomi lemah agar dapat menambah hasil penjualan meningkat.
3. Dalam pengumpulan dan penelitian data penelitian data pasar agar diperbanyak observasi ke distributor dan produsen pesaing sehingga dapat diperoleh angka yang lebih lengkap tentang data-data pesaing.
4. Pemilihan media komunikasipun harus disesuaikan dengan segmen pasar yaitu menggunakan saran-saran sebagai berikut :
  - a. Koran dan Majalah  
Perlu diperluas lagi surat kabar yang dipergunakan untuk iklan, dimana tidak hanya pada harian tertentu saja. Adapun surat kabar yang akan dipasang untuk periklanan, dipilih surat kabar yang sering dibaca oleh golongan menengah dan atas, begitu juga dengan majalah-majalah wanita.
  - b. Radio dan televisi  
Dipilih radio atau televisi yang disukai oleh golongan menengah dan atas, dapat dipilih radio dan televisi swasta niaga yang menyiarkan lagu-lagu untuk orang-orang muda.

c. Bioskop

Pemasangan pada bioskop hendaknya bioskop yang banyak dikunjungi oleh masyarakat atas dan menengah, yaitu bioskop yang baik dan selalu memutar film-film yang bermutu, seperti film barat dan nasional yang baik.



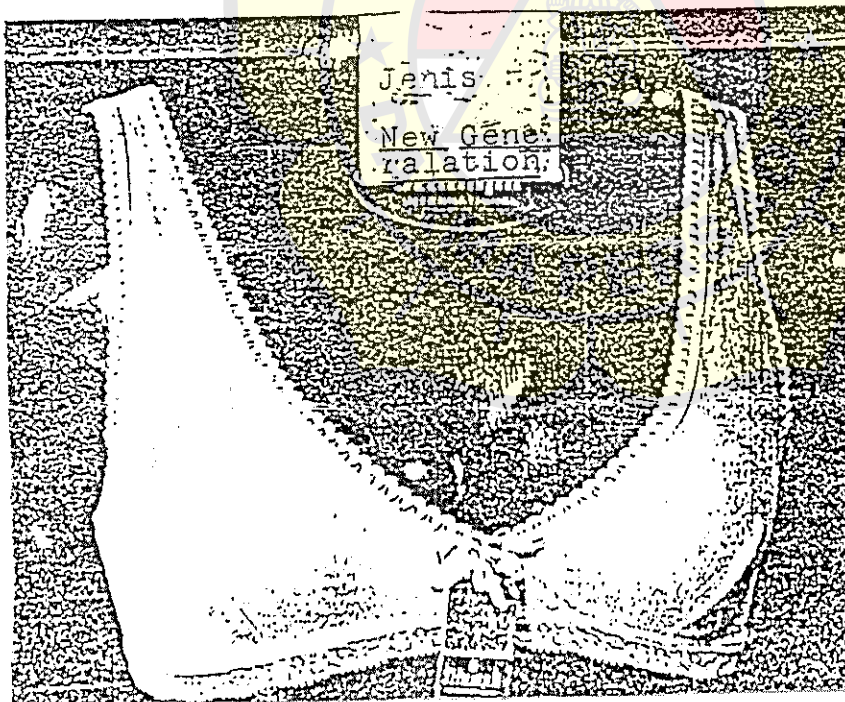
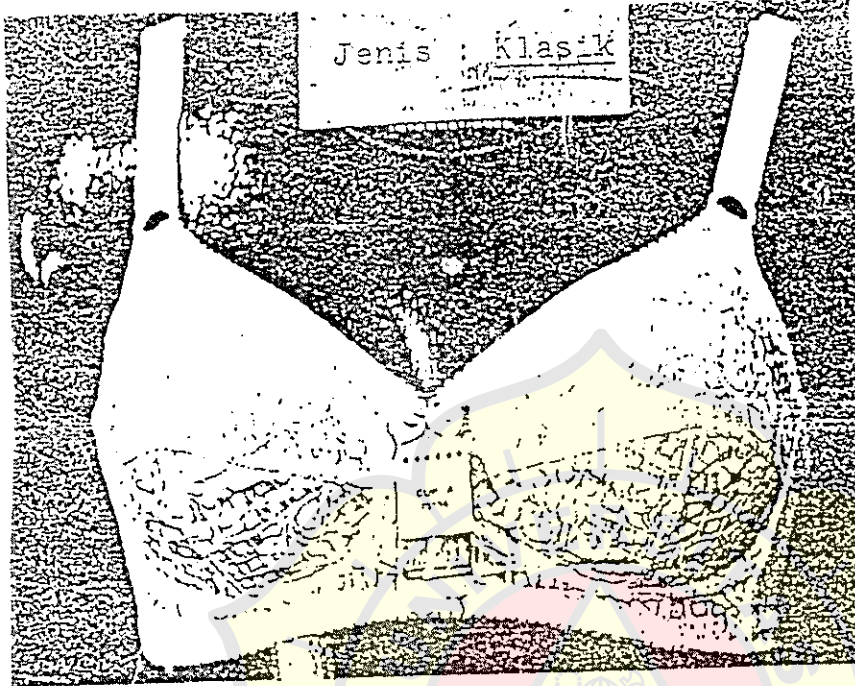
## DAFTAR PUSTAKA

- Alex Nitisemito, Drs, Marketing, Cetakan Keliga, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1981.
- Basu Swastha, DH, M.B.A, Drs. Asas-asas Marketing, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1984.
- Basu Swastha, DH, M.B.A, Drs., dan Drs. Irwan M.B.A, Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1990.
- Harga Utomo, Manajemen Pemasaran, Penerbit Guna Darma, Jakarta, 1993.
- J. Stanton, William, Fudamental Of Marketing, Fifth Edition, MC-Graw Hill, New York, 1978.
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, 1993.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Intermedia, 1992.
- Sofjan Assauri, S.E, M.B.A, Manajemen Pemasaran, Penerbit Rajawali, Jakarta, 1992.
- Teguh Budiarto, Dasar Pemasaran, Penerbit Guna Darma, Jakarta, 1993.

Lampiran I

Gambar IV.1

Jenis atau Type yang diproduksi PT. Great River Garment Industries

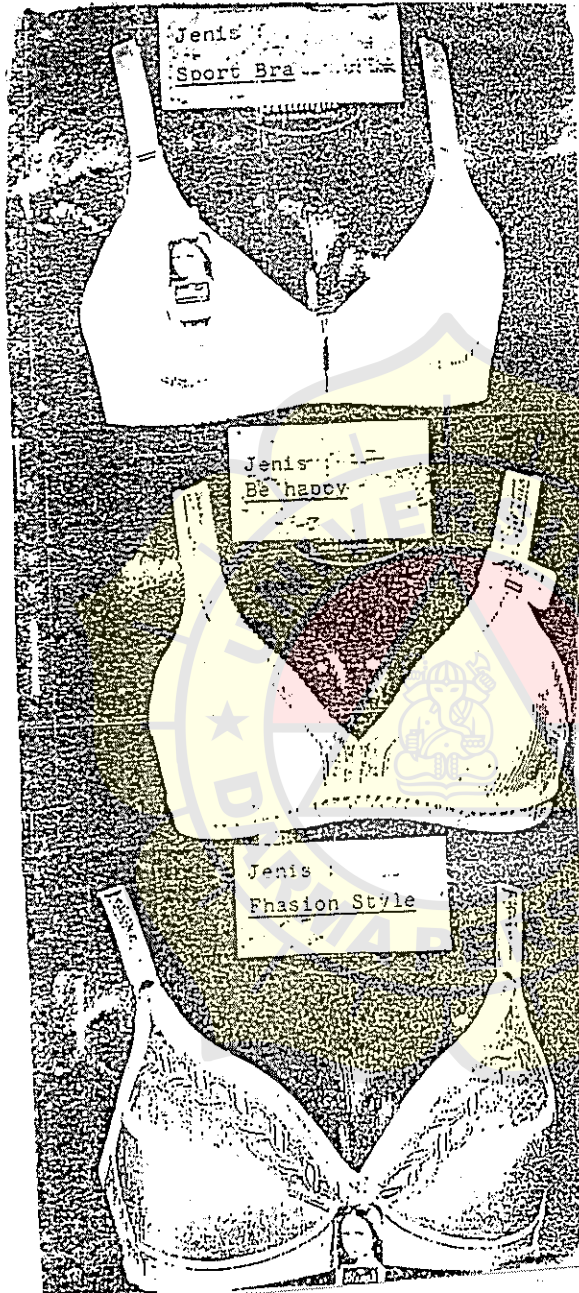


Sumber PT. Great River Garment Industries

Lampiran II

Gambar IV.2

Jenis atau Type yang diproduksi PT. Great River Garment Industries



Sumber PT. Great River Garment Industries

Lampiran III

TABEL t

d.f.	'100	'050	'025	'010	'005	d.f.
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	1
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	2
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	3
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	4
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	6
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	7
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	8
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	9
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	10
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	11
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	12
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	13
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	14
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	15
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	16
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	17
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	18
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	19
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	20
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	21
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	22
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	23
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	24
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	25
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	26
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	27
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	28
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	29
inf.	1.282	1.645	1.960	2.326	2.578	inf.

Sumber : John E Freund & Frank J Williams, *Modern Business Statistics*, edisi kedua, Prentice Hall.

Inc. 1995.

Lampiran IV

TABEL F ( $\sigma = 5\%$ )

DERAJAT KEBEBASAN UNTUK PEMBILANG

DERAJAT KEBEBASAN UNTUK PENYEBUT

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	$\infty$
1	161	200	218	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18.5	19.0	19.2	19.3	19.3	19.4	19.4	19.4	19.4	19.4	19.4	19.4	19.5	19.5	19.5	19.5	19.5	19.5	19.5
3	10.1	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.74	8.70	8.66	8.64	8.62	8.59	8.57	8.55	8.53
4	7.71	6.94	6.59	6.30	6.24	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.91	5.88	5.80	5.77	5.75	5.72	5.69	5.66	5.63
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.68	4.62	4.56	4.53	4.50	4.48	4.45	4.40	4.37
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.36	4.26	4.21	4.15	4.10	4.06	4.00	3.94	3.87	3.84	3.81	3.77	3.74	3.70	3.67
7	5.54	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.57	3.51	3.44	3.41	3.39	3.34	3.30	3.27	3.23
8	5.22	4.48	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.28	3.22	3.15	3.12	3.08	3.04	3.01	2.97	2.93
9	5.12	4.28	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.07	3.01	2.94	2.90	2.86	2.83	2.79	2.75	2.71
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.91	2.85	2.77	2.74	2.70	2.66	2.62	2.58	2.54
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.79	2.72	2.65	2.61	2.57	2.53	2.49	2.45	2.40
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.69	2.62	2.54	2.51	2.47	2.43	2.38	2.34	2.30
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.60	2.53	2.46	2.42	2.38	2.34	2.30	2.25	2.21
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.53	2.46	2.39	2.35	2.31	2.27	2.22	2.18	2.13
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.48	2.40	2.33	2.29	2.25	2.20	2.16	2.11	2.07
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.42	2.35	2.28	2.24	2.19	2.15	2.11	2.06	2.01
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.38	2.31	2.23	2.19	2.15	2.10	2.06	2.01	1.96
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.34	2.27	2.19	2.15	2.11	2.06	2.02	1.97	1.92
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.31	2.23	2.16	2.11	2.07	2.03	1.98	1.93	1.88
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.28	2.20	2.12	2.08	2.04	1.99	1.95	1.90	1.84
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.25	2.18	2.10	2.05	2.01	1.96	1.92	1.87	1.81
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.23	2.15	2.07	2.03	1.98	1.94	1.89	1.84	1.78
23	4.28	3.43	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.20	2.13	2.05	2.01	1.96	1.91	1.86	1.81	1.76
24	4.26	3.41	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.18	2.11	2.03	1.98	1.94	1.89	1.84	1.79	1.73
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.16	2.09	2.01	1.96	1.92	1.87	1.82	1.77	1.71
30	4.17	3.33	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.09	2.01	1.93	1.89	1.84	1.79	1.74	1.68	1.62
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.06	2.00	1.92	1.84	1.79	1.74	1.69	1.64	1.58	1.51
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.92	1.84	1.75	1.70	1.65	1.59	1.53	1.47	1.39
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.86	1.75	1.66	1.61	1.55	1.50	1.43	1.35	1.25
$\infty$	3.84	3.00	2.60	2.37	2.21	2.10	2.01	1.94	1.88	1.83	1.75	1.67	1.57	1.52	1.46	1.39	1.32	1.22	1.00

Sumber : John E Freund & Frank J Williams, *Modern Business Statistics*, edisi kedua, Prentice Hall, Inc. 1995.

Lampiran V

TABEL F ( $\sigma = 1\%$ )

TINGKAT KEBEBASAN UNTUK PEMBILANG

DERAJAT KEBEBASAN UNTUK PENYEBUT	TINGKAT KEBEBASAN UNTUK PEMBILANG																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	∞	
2	96.5	99.0	99.2	99.3	99.3	99.4	99.4	99.4	99.4	99.4	99.4	99.4	99.4	99.4	99.5	99.5	99.5	99.5	99.5	99.5
3	34.1	30.8	29.5	28.7	28.2	27.9	27.7	27.5	27.3	27.2	27.1	26.9	26.7	26.6	26.5	26.4	26.3	26.2	26.1	26.1
4	21.2	18.0	16.7	16.0	15.5	15.2	15.0	14.8	14.7	14.5	14.4	14.2	14.0	13.9	13.8	13.7	13.6	13.5	13.4	13.4
5	16.3	13.3	12.1	11.4	11.0	10.7	10.5	10.3	10.2	10.1	9.9	9.7	9.5	9.4	9.3	9.2	9.1	9.0	8.9	8.9
6	13.7	10.9	9.7	9.1	8.7	8.4	8.2	8.1	7.9	7.8	7.7	7.5	7.4	7.3	7.2	7.1	7.0	6.9	6.8	6.8
7	12.2	9.5	8.4	7.8	7.4	7.1	6.9	6.8	6.7	6.6	6.4	6.3	6.1	6.0	5.9	5.8	5.7	5.6	5.5	5.5
8	11.3	8.5	7.5	7.0	6.6	6.3	6.1	6.0	5.9	5.8	5.6	5.5	5.3	5.2	5.1	5.0	4.9	4.8	4.7	4.7
9	10.6	8.0	7.0	6.4	6.0	5.7	5.5	5.4	5.3	5.2	5.0	4.9	4.7	4.6	4.5	4.4	4.3	4.2	4.1	4.1
10	10.0	7.5	6.5	5.9	5.6	5.3	5.1	5.0	4.9	4.8	4.6	4.5	4.3	4.2	4.1	4.0	3.9	3.8	3.7	3.7
11	9.6	7.2	6.2	5.6	5.3	5.0	4.8	4.7	4.6	4.5	4.3	4.2	4.0	3.9	3.8	3.7	3.6	3.5	3.4	3.4
12	9.3	6.9	5.9	5.3	5.0	4.7	4.5	4.4	4.3	4.2	4.0	3.9	3.7	3.6	3.5	3.4	3.3	3.2	3.1	3.1
13	9.0	6.7	5.7	5.1	4.8	4.5	4.3	4.2	4.1	4.0	3.8	3.7	3.5	3.4	3.3	3.2	3.1	3.0	2.9	2.9
14	8.8	6.5	5.5	4.9	4.6	4.3	4.1	4.0	3.9	3.8	3.6	3.5	3.3	3.2	3.1	3.0	2.9	2.8	2.7	2.7
15	8.6	6.3	5.3	4.7	4.4	4.1	3.9	3.8	3.7	3.6	3.4	3.3	3.1	3.0	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5	2.5
16	8.5	6.2	5.2	4.6	4.3	4.0	3.8	3.7	3.6	3.5	3.3	3.2	3.0	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.4
17	8.4	6.1	5.1	4.5	4.2	3.9	3.7	3.6	3.5	3.4	3.2	3.1	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3
18	8.3	6.0	5.0	4.4	4.1	3.8	3.6	3.5	3.4	3.3	3.1	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2
19	8.1	5.9	5.0	4.4	4.1	3.8	3.6	3.5	3.4	3.3	3.1	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2
20	8.1	5.8	4.9	4.3	4.0	3.7	3.5	3.4	3.3	3.2	3.0	2.9	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1
21	8.0	5.7	4.8	4.2	3.9	3.6	3.4	3.3	3.2	3.1	2.9	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0
22	7.9	5.7	4.8	4.2	3.9	3.6	3.4	3.3	3.2	3.1	2.9	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0
23	7.8	5.6	4.7	4.1	3.8	3.5	3.3	3.2	3.1	3.0	2.8	2.7	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9
24	7.8	5.6	4.7	4.1	3.8	3.5	3.3	3.2	3.1	3.0	2.8	2.7	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9
25	7.7	5.5	4.6	4.0	3.7	3.4	3.2	3.1	3.0	2.9	2.7	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8	1.8
30	7.5	5.3	4.5	4.0	3.7	3.4	3.2	3.1	3.0	2.9	2.7	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8	1.8
40	7.3	5.1	4.3	3.8	3.5	3.2	3.0	2.9	2.8	2.7	2.5	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6
60	7.0	4.9	4.1	3.6	3.3	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.3	2.2	2.0	1.9	1.8	1.7	1.6	1.5	1.4	1.4
120	6.8	4.7	3.9	3.4	3.1	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3	2.1	2.0	1.8	1.7	1.6	1.5	1.4	1.3	1.2	1.2
∞	6.6	4.6	3.8	3.3	3.0	2.7	2.5	2.4	2.3	2.2	2.0	1.9	1.7	1.6	1.5	1.4	1.3	1.2	1.1	1.1

Sumber : John E Freund & Frank J Williams, *Modern Business Statistics*, edisi kedua, Prentice Hall.

Inc. 1995.