

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian secara teoritis dan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka penulis memberikan suatu kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut :

PT. Tirta Investama merupakan perusahaan distributor yang memasarkan produk Aqua. Dalam memasarkan produk Aqua PT. Tirta Investama melaksanakan dua macam saluran distribusi yaitu : saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Pengaruh antara jumlah agen dengan hasil penjualan sangat kuat dan positif dengan tingkat  $r = 0,96$ . Hasil perhitungan dengan analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $r^2$ ) adalah sebesar 92% artinya bahwa jumlah agen memberikan kontribusi terhadap pembentukan nilai hasil penjualan sebesar 92 % dan sisianya ditentukan oleh faktor-faktor seperti: harga, selera konsumen, dll.

## B. Saran

Adapun saran-saran pada PT.Tirta Investama, yaitu :

1. Perusahaan harus melakukan kegiatan distribusi di daerah pelosok mengingat persaingan di kota semakin kuat dan kompetitif.
2. Agar produk terjangkau oleh konsumen, maka perlu ditambah agen-agen di daerah pelosok .
3. Perusahaa perlu mengevaluasi kegiatan distribusinya agar produk tersebut dapat disalurkan ke pasar tepat pada waktunya sehingga hasil penjualan diperoleh menjadi optimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 1992. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali.
- Dajan, Anto. 1986. Pengantar Metode Stastik. Jilid Satu. Jakarta: LP3ES.
- Hidayat, Cecep. 1998. Manajemen Pemasaran. Jakarta: IPWI
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid Satu. Edisi Revisi. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1992. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid Kedua. Jakarta: Prehallindo.
- S, Alex Nitisemito. 1991. Marketing. Edisi Revisi. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pasaribu, Amudi. 1981. Pengantar Statistik. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Swastha, Basu. 1990. Azas - Azas Marketing. Yogyakarta: liberty.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 1995. Pengantar Bisnis Modern. Yogyakarta: Liberty.
- J. William Stanton. 1986. Fundamental of Marketing (Prinsip Pemasaran). Diterjemahkan oleh Yohannes Lamarto. Jakarta: Erlangga.

**LEMBAR KEGIATAN PENYUSUNAN SKIRPSI**

NAMA MAHASISWA : EKO MUJI KUSWANTO  
NIM : 0041 0045  
DOSEN PEMBIMBING : Drs. FAUZI BAIYIR, MM

KONSULTASI KE	TANGGAL KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING
I	23/12'04	- Penetapan judul - outline skripsi	<i>[Signature]</i>
II	2/12'05	Pemeriksaan bab I dan II	<i>[Signature]</i>
III	25/4'05	Pemeriksaan bab III	<i>[Signature]</i>
IV	11/7'05	Pemeriksaan bab IV dan V	<i>[Signature]</i>
V	12/7'05	Pemeriksaan akhir	<i>[Signature]</i>
VI			

Tanggal mulai bimbingan : \_\_\_\_\_

Tanggal selesai bimbingan : \_\_\_\_\_

**CATATAN :**

Tanggal mulai bimbingan dicantumkan sejak dikeluarkannya surat ini.

PT Tirta Investama  
Jl. Pulo Lentut No. 3  
Kawasan Industri Pulo Gadung  
Jakarta 13920  
Indonesia  
Tel +62 21 4603070, 46823523 (Hunting)  
Fax +62 21 4609177



No. 085/MKT-AQ/VIII/2005

Lampiran : 1 (satu)

Perihal : Riset

Kepada Yth.  
Sdr. Sukardi, SE  
Kajur Fak. Ekonomi Universitas Darma Persada  
Jl. Radin Inten II – Pondok Kelapa  
Jakarta Timur

Dengan hormat,

Bersama surat ini kami sampaikan bahwa mahasiswa/siswi yang bernama :

- Eko Muji Kuswanto NIM : 00410045

Telah melakukan riset di perusahaan kami.

Selain harus mengikuti ketentuan-ketentuan perusahaan mengenai kerja praktek, yang bersangkutan harus menyerahkan satu copy karya tulis/skripsi yang diberikan kepada perusahaan.

Demikian agar dapat dimaklumi, dan terima kasih.

Jakarta, 13 Juli 2005

  
Anton Ginting  
Marketing Division

