

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari analisa yang sudah dilakukan, maka didapat kesimpulan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Kalimasada Pusaka untuk mempromosikan produk suku cadang helicopter sudah tepat, karena antara biaya promosi yang dikeluarkan dengan hasil penjualan yang didapat perusahaan menunjukkan ada hubungan yang kuat dan positif. Hubungan yang kuat dan positif antara biaya promosi dengan hasil penjualan didapat dari hasil analisis data koefisien korelasi yang bernilai 0.96. hal tersebut dapat diartikan bahwa peningkatan biaya promosi akan diikuti dengan peningkatan hasil penjualan perusahaan.

Kegiatan promosi PT kalimasada Pusaka dalam memasarkan suku cadang helicopter dilakukan dengan menggunakan periklanan, yang mana perusahaan ini menggunakan media cetak sebagai sarana periklanan mereka. Media cetak yang digunakan adalah *yellow pages*, media ini dipilih karena dianggap sebagai media periklanan yang efektif. Kegiatan promosi lain yang digunakan oleh PT Kalimasada Pusaka adalah *personal selling*. Kegiatan promosi dengan menggunakan tenaga penjual ini dilakukan oleh perusahaan

agar para konsumen mendapatkan informasi yang tepat serta akurat mengenai produk yang ditawarkan. Kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh PT Kalimasada Pusaka tidak hanya meliputi wilayah Jabotabek saja, tapi juga beberapa daerah di luar pulau Jawa. Kegiatan promosi yang ketiga adalah promosi penjualan. kegiatan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan ini meliputi pemberian kupon, rabat, memberikan hadiah kepada konsumen sebagai imbalan kesetiaan dan yang paling penting adalah jaminan garansi produk.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Kalimasada Pusaka memberikan pengaruh yang sangat kuat pada hasil penjualan perusahaan tersebut. Hal tersebut beralasan karena 94% hasil penjualan dipengaruhi oleh kegiatan promosi perusahaan dan sisanya sebanyak 6% dipengaruhi oleh faktor lain misalnya harga, adanya produk pesaing di pasar dan lain-lain.

B. Saran

Kegiatan promosi yang sudah dijalankan oleh PT Kalimasada Pusaka sangat berpengaruh pada hasil penjualannya. Walaupun hasil penjualan dan kegiatan promosi memiliki hubungan yang kuat dan positif, maka disarankan apabila perusahaan ingin hasil penjualannya meningkat maka hendaknya kegiatan pemasaran lain selain promosi yang mempengaruhi hasil penjualan juga harus ditingkatkan. Kegiatan tersebut antara lain adalah meningkatkan pelayanan pada konsumen, kegiatan ini dianggap dapat meningkatkan hasil

penjualan karena dengan mengutamakan kepuasan pelanggan maka pelanggan tersebut merasa seperti raja yang selalu dinomorsatukan. Pelayanan pada pelanggan tidak hanya dilakukan saat pelanggan sedang melakukan pembelian diperusahaan saja, tetapi kegiatan ini berlanjut setelah pelanggan melakukan transaksi pembelian dengan memberikan tanggapan yang baik pada setiap keluhan pelanggan. Kegiatan lainnya setelah pelayanan pada pelanggan adalah hubungan dengan pelanggan, hubungan yang dimaksud tentunya adalah memelihara hubungan baik dengan pelanggan. Memelihara hubungan baik dengan pelanggan tidak hanya pada hubungan bisnis tetapi juga pada hubungan pribadi, dengan begini maka pelanggan merasa dekat dan memiliki hubungan emosional dengan perusahaan. Dengan memelihara hubungan baik dengan pelanggan maka perusahaan dapat terus mengadakan transaksi penjualan dengan pelanggan tersebut sampai masa yang akan datang, karena pelanggan memiliki kepercayaan pada perusahaan untuk terus melakukan transaksi pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd HW, Warker OC, Larreche JC. 1999. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Jakarta: Erlangga.
- Griffin RW, Ebert RJ. 1999. Bisnis. Jilid ke-2. Edina Cahyaningsih Tarmidzi, penerjemah. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler P. 1998. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jilid ke-2. Jaka Wasana, Penerjemah. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P. 1997. Manajemen Pemasaran. Jilid ke-1. Herujati Purwoko, Penerjemah. Jakarta: Erlangga.
- Radiosunu. 1993. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis. Yogyakarta: BPFE'Yogya.
- Rewoldt SH, Scott JD, Marshaw MR. 1998. Strategi Promosi Pemasaran. A Hasyim Ali, Penerjemah. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sigit S. 1998. Pemasaran Praktis. Yogyakarta: BPFE Yogya.
- Supranto J. 1998. Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutoyo S. 1998. Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran. Jakarta: Lembaga Pendidikan Manajemen.

Stanton WJ, Lamarto Y. 1993. Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Yohanes Lamarto,

Penerjemah. Jakarta: Erlangga.

Swastha B, Irawan. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Swastha B. 2000. Azas-azas Marketing. Yogyakarta: Liberty.



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

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	∞	
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	248	249	250	251	252	253	254
2	18.5	19.0	19.2	19.2	19.3	19.3	19.4	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
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	8.53
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.91	5.86	5.80	5.77	5.75	5.72	5.69	5.66	5.63	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	4.46	4.43	4.40	4.37	4.37
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	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	3.67
7	5.59	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	3.38	3.34	3.30	3.27	3.23	3.23
8	5.32	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	3.09	3.04	3.01	2.97	2.93	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	2.91	2.88	2.83	2.79	2.75	2.71	2.71
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.96	2.91	2.85	2.77	2.74	2.70	2.66	2.62	2.58	2.54	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	1.84
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.69	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	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	1.78
23	4.28	3.42	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	1.76
24	4.28	3.40	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	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	1.71
30	4.17	3.32	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	1.62
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.19	2.13	2.08	2.00	1.92	1.84	1.79	1.74	1.69	1.64	1.58	1.51	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	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	1.25
∞	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	1.00

Sumber: John E. Freund & Frank J. Williams, *Modern Business Statistics*, edisi kedua, Prentice Hall, Inc., 1965.

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	2.576	inf.

Sumber: John E. Freund & Frank J. Williams, *Modern Business Statistics*, edisi kedua, Prentice Hall, Inc., 1965.

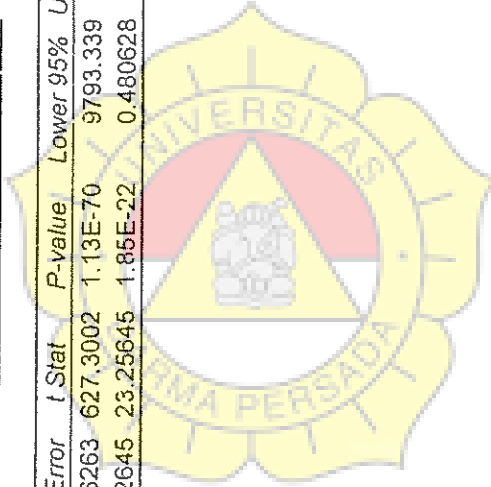
SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.969977
R Square	0.940855
Adjusted R Square	0.939116
Standard Error	17.5448
Observations	36

ANOVA

	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	166488.3	166488.3	540.8625	1.85E-22
Residual	34	10465.88	307.82		
Total	35	176944.2			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	9825.17	15.66263	627.3002	1.13E-70	9793.339	9857	9793.339	9857
X Variable 1	0.526648	0.022645	23.25645	1.85E-22	0.480628	0.572669	0.480628	0.572669

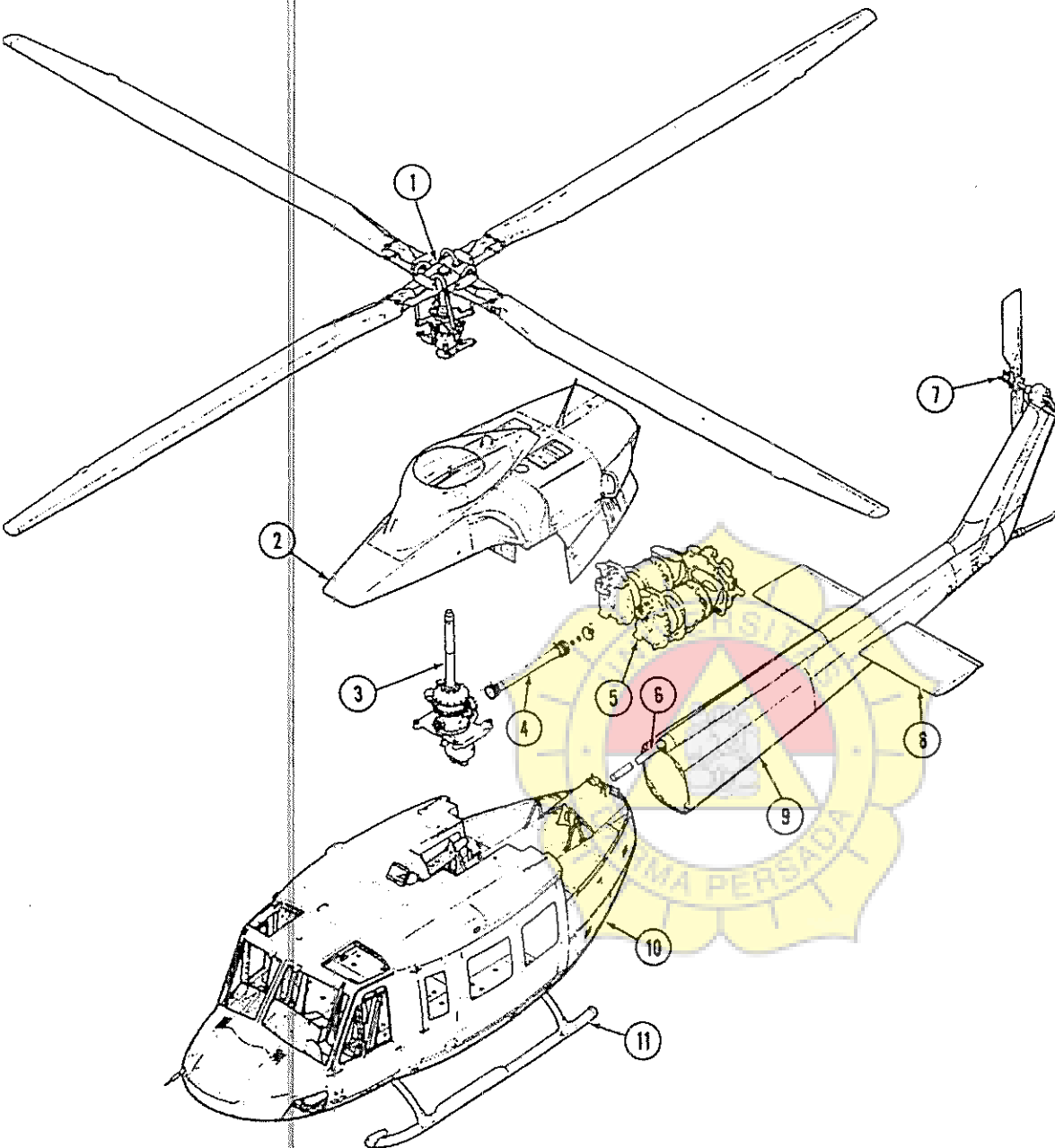


RESIDUAL OUTPUT

Observation	Predicted Y	Residuals	Standard Residuals
1	10062.42	37.4248	-2.16424
2	10063.6	-28.5345	-1.65013
3	10066.4	-6.18104	-0.35744
4	10070.06	18.98875	1.098102
5	10073.15	27.21259	1.573679
6	10104.47	9.402814	0.543756
7	10115.32	10.70859	0.619268
8	10123.97	7.031024	0.406598
9	10130.83	7.168795	0.414565
10	10132.83	12.8128	0.740952
11	10136.03	13.83551	0.802986
12	10138.84	13.63847	0.7887
13	10140.26	18.45652	1.067323
14	10147.72	14.63445	0.849186
15	10169.2	1.047193	0.060558
16	10185.63	-12.2942	-0.71096
17	10188.24	-11.1759	-0.64629
18	10191.72	-10.617	-0.61397
19	10193.96	-7.95528	-0.46005
20	10200.32	-10.5225	-0.6085
21	10204.79	-11.5737	-0.6693
22	10216.57	-18.0548	-1.04409
23	10228.08	-24.4321	-1.41289
24	10237.08	-26.5073	-1.53867
25	10238.69	-17.5041	-1.01803
26	10240.26	-12.1382	-0.70194
27	10242.3	-8.6116	-0.498
28	10244.83	-5.73952	-0.3348
29	10245.58	-1.42262	-0.08111
30	10246.67	3.117214	0.180266
31	10262.29	-4.23791	-0.24507
32	10265.36	0.141729	0.008196
33	10266.56	12.3357	0.713362
34	10269.07	19.52412	1.129062
35	10271.48	24.15207	1.396692
36	10274.21	40.84877	2.362246

PROBABILITY OUTPUT

Percentile	Y
1.388889	10025
4.166667	10035.07
6.944444	10060.22
9.722222	10089.05
12.5	10100.36
15.27778	10113.87
18.05556	10126.03
20.83333	10131
23.61111	10138
26.38889	10145.64
29.16667	10149.92
31.94444	10152.48
34.72222	10158.72
37.5	10162.4
40.27778	10170.25
43.05556	10173.34
45.83333	10177.06
48.61111	10181.1
51.38889	10186
54.16667	10189.8
56.94444	10193.22
59.72222	10198.52
62.5	10203.65
65.27778	10210.47
68.05556	10221.09
70.83333	10228.12
73.61111	10233.69
76.38889	10239.04
79.16667	10244.18
81.94444	10249.79
84.72222	10258.05
87.5	10265.5
90.27778	10278.9
93.05556	10288.59
95.83333	10295.63
98.61111	10315.06



- | | |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Main rotor hub and blades | 7. Tail rotor hub and blades |
| 2. Transmission and engine cowl | 8. Aerodynamically actuated elevator |
| 3. Transmission and mast | 9. Tailboom |
| 4. Main driveshaft | 10. Forward fuselage |
| 5. Engine | 11. Landing gear |
| 6. Tail rotor driveshafts | |

412-M-6-1

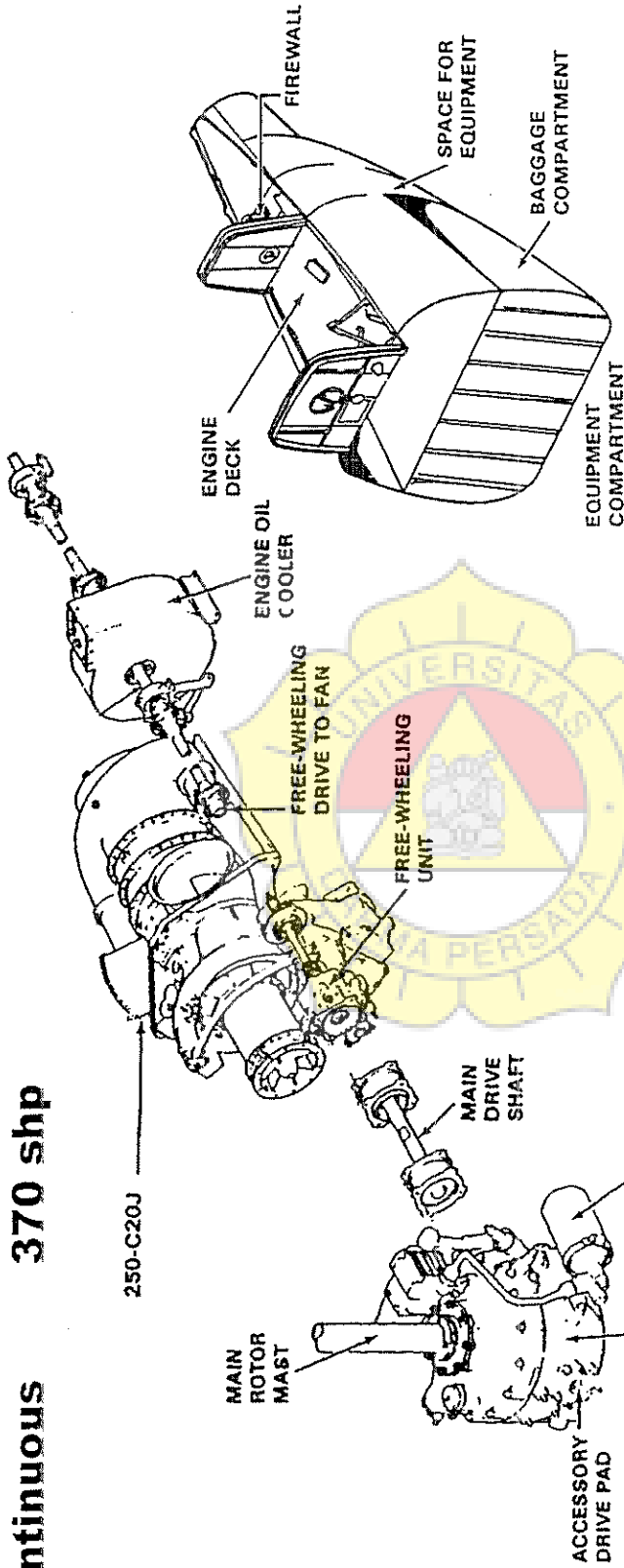
Figure 6-1. Major components location

Rolls Royce 250-C20J

Power Ratings

Takeoff Power 420 shp

Continuous 370 shp

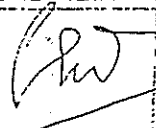

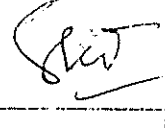
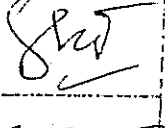



Baggage Compartment
Volume 16 ft³ / 0.5 m³

Transmission Ratings
Takeoff Power 317 shp
Continuous 270 shp

LEMBAR KEGIATAN PENYUSUNAN SKIRPSI

NAMA MAHASISWA : Lavender. I
 NIM : 02410014
 DOSEN PEMBIMBING : Spk. Sukardi - HS. SE, MM

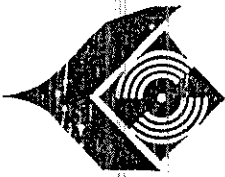
KONSULTASI KE	TANGGAL KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING
I	27/3.06	Proposal Skripsi	
II	12/4.06	Revisi Proposal 4/ di Semarang	
III	10/07.06	Pembahasan proposal dan seminar	
IV	17/07.06	Analisis Data Bab IV	
V	08/08.06	Pembahasan kesimpulannya dan saran	
VI	10/08.06	Final Skripsi BAB I & V	

Tanggal mulai bimbingan : 27 Maret 2006

Tanggal selesai bimbingan : 10 Agustus 2006

CATATAN :

Tanggal mulai bimbingan : Diutamakan sejak ditetapkannya surat ini.



PT. Kalimasada Pusaka
West Ramp Service Area
Halim P.K. Airport, Jakarta 13610, Indonesia
Telephone : (62 - 21) 8017429, 8092836
Fax : (62 - 21) 8092771
Email : support@kalimasadapusaka.com

Jakarta, 13 April 2006

No. : 095/KP/HRD/IV/2006
Lampiran. : -
Perihal : **Permohonan Riset**

Kepada Yth
Ketua Jurusan Manajemen
Universitas Darma Persada
Jl. Radin Inten II (Terusan Casablanca)
Pondok Kelapa – Jakarta 13450
Telp/Fax : 021-8649051,8649053,8649057/8649052

U.p. : Bpk. Firsan Nova, SE,MM.

Dengan hormat,

Merujuk kepada surat Bapak No. 07/RISET/FE-UNSADA/III/2006 tertanggal 10 Maret 2006 perihal seperti yang tersebut pada pokok surat, dengan ini disampaikan bahwa ;

Nama mahasiswa : Lavender Inggarwangi
NIM : 02410014
Program Studi : Manajemen
Tema Skripsi : Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Hasil Penjualan Suku Cadang Helicopter di PT. Kalimasada Pusaka.

Telah melaksanakan kegiatan pencarian data pada hari Rabu, tanggal 12 April 2006 di PT. Kalimasada Pusaka Jakarta, dalam rangka melengkapi proses penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Darma Persada.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Hormat kami,
PT. Kalimasada Pusaka


Faiz Ismail
HRD & GA Mgr.

RIWAYAT HIDUP

Nama : Lavender Inggarwangi
Tempat/ tanggal lahir : Jakarta, 19 September 1984
Agama : Islam
Alamat : Rumah Susun Kelender Blok 29 No: 8
Jakarta Timur 13460



PENDIDIKAN

1. 1990-1996, SDN Malaka Jaya 11 Pagi.
2. 1996-1999, SMPN 139 Jakarta.
3. 1999-2002, SMU 103 Jakarta.
4. 2002-2006, Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Darma Persada.