

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Berdasarkan tabel 4.4 tentang “*model summary*” dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah konsumen berpengaruh sebesar 0,827 (82,7%) terhadap tingkat penjualan, sedangkan sisanya sebesar 64,6% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya berdasarkan tabel 4.5 tentang “*coefficients*” dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien variabel jumlah konsumen sebesar 0,466 (46,6%), hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan jumlah konsumen satu satuan maka variabel tingkat penjualan akan naik sebesar 0,466 (4,66%) dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain adalah tetap. Hal ini berarti bahwa jumlah konsumen berpengaruh terhadap tingkat penjualan sebesar 45,6% sedangkan sisanya sebesar 53,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan pengaruh nyata variabel jumlah konsumen terhadap tingkat penjualan, dari hasil uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($12,741 > 1,30695$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan pada CV. Paris Internasional Tailor selama kurun waktu tahun 2012-2014.

- 5.1.2 Berdasarkan tabel 4.7 tentang “*model summary*” dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah meter kain berpengaruh sebesar 0,790 (79,0%) terhadap tingkat penjualan, sedangkan sisanya sebesar 21,0% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya berdasarkan tabel 4.8 tentang “*coefficients*” dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien variabel jumlah meter kain sebesar 0,179 (17,9%), hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan jumlah meter kain satu satuan maka variabel tingkat penjualan akan naik sebesar 0,179 (17,9%) dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain adalah tetap. Hal ini berarti bahwa jumlah meter kain berpengaruh terhadap tingkat penjualan sebesar 17,9% sedangkan sisanya sebesar 21,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan pengaruh nyata variabel jumlah meter kain terhadap tingkat penjualan, dari hasil uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($11,326 > 1,30695$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah meter kain memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan pada CV. Paris Internasional Tailor selama kurun waktu tahun 2012-2014.
- 5.1.3 Berdasarkan tabel 4.10 tentang “*model summary*” dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen dan jumlah meter kain berpengaruh sebesar 0,827 (82,7%) terhadap tingkat penjualan, sedangkan sisanya sebesar 17,3% dipengaruhi oleh fakto lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya berdasarkan tabel 4.12 tentang uji F (Anova) yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara

simultan/bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dapat dijelaskan sebagai hasilnya bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($78,784 > 3,28$), yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel jumlah konsumen dan jumlah meter kain berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan pada CV. Paris Internasional Tailor selama kurun waktu tahun 2012-2014.

5.2 Saran

- 5.2.1 Upaya-upaya yang telah dijalankan dan menghasilkan pengaruh positif bagi perkembangan usaha harus terus ditingkatkan dan dipertahankan, sedangkan upaya-upaya lain yang sekiranya juga mampu memberikan pengaruh positif bagi perkembangan usaha juga harus terus digali untuk dapat dijalankan.
- 5.2.2 Perkembangan jumlah konsumen dan jumlah meter kain pada CV. Paris Internasional Tailor harus terus dapat dijaga dan ditingkatkan, sebab dari hasil penelitian kedua faktor ini terbukti mampu memberikan pengaruh positif bagi peningkatan penjualan hasil produksi. Serangkaian program dan kebijakan antara lain seperti program promosi penjualan dan sejenisnya dapat diterapkan sebagai upaya terus menjaga dan meningkatkan jumlah konsumen dan jumlah meter kain yang pada gilirannya nanti akan dapat memberikan pengaruh positif pada peningkatan penjualan hasil produksi CV. Paris Internasional Tailor.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Al-Quran dan Terjemahannya*. 2009. Diponegoro. Bandung.
- Alma Buchari, 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, cetakan IV, Alfabeta Bandung.
- Ancella Anitawati, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Indonesia Jakarta.
- Anonim, 2011. *Pengertian Manajemen*. <http://blogger.wapsport.org>. diakses pada tanggal 2 Feb 2013.
- Anonim. 2009. *Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. <http://duniabaca.com> diakses pada tanggal 2 feb 2013.
- Assauri, Sofjyan, 2010, *Manajemen Pemasaran, Konsep dan Strategi*, Cetakan X, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Berman, Berry dan Evens, R Joel. 2007. *Study Guide Marketing*. Collier Macmillan Publisher. London.
- Boyd, Harper W, dkk, 2000, *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Cravens, W. David, 1997, *Strategi Marketing Mix*, Edisi kedua Erlangga, Jakarta
- Charles M. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2005. *Manajemen Pemasaran Global*, Edisi Pertama, Alih Bahasa David Octarevia. Salemba Empat. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Handoko, Hani. T 2005, *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Hermawan Kartajaya. 2005 *Positioning, Brand, Diferensiasi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

- Imam Mulyana Dewi Suwandi 2009. *Promosi dan Public Relations*.www.eiman.uni.cc. diakses pada tanggal 2 Feb 2013.
- Irawan, 2000, *Pemasaran (Prinsip dan Kasus)*, EdisiKedua. BPFE, Yogyakarta.
- Justin G Longenecker dkk. 2005. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Terjemahan Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo. Jakarta
- Keegen J Warren, 2007, *Manajemen Pemasaran Global*, Terjemahan, Edisi V, PT. Prenhallindo, Jakarta
- Kotler Philip 2000, *Marketing Manajement, Edisi Millenium*, PT. Prenhellindo, Jakarta.
- Kotler & Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT. Erlangga.
Kotler Philip & Kevin Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks.
- L.J, Moleong. 2005. *Metodologi Penelitian*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Malang Tjiptono, Flandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta
- Perreault William, Mccarthy Jerome. 2005. *Pemasaran Sebuah Rancangan Manajerial Global*. Binarupa Aksara. Jakarta
- Malcolm H. B. Mcdonald, Marketing plang That Work kiat mencapai pertumbuhan dan propabilitas melalui perencanaan pemasaran efektif, (Cet 1; Jakarta: Erlangga 1999) hal.105.
- Philip Kotler, Kevin Laner Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa, Benyamin Molan, Jilid satu, cetakan kedua. Indeks. Jakarta
- Philip Kotler, Swee hong ang, Siew Meng Long, Chin Tiong Tan. 2005. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Edisi Pertama, Alih Bahasa Fandy Tjiptono. Andi. Yogyakarta
- Prof. Dr. Farida Jasfar, M. E. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Ciawi-Bogor
- Prawirosentono, Suyadi, 2005, Pengantar Bisnis Modern, Cetakan Pertama Bumi Aksara, Jakarta.
- Pride Ferrel, 2005, Pemasaran Teori dan Praktek Sehari-hari, Edisi VII, Bina Rupa Aksara, Jakarta.

- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta
- Rangkuti Fredy, 2005. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ritonga, Rahman. 2007. *Statistika untuk Penelitian Psikologi dan Penelitian*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Ristiyanti, Prasetyo. 2004. *Perilaku Konsumen*. Yokyakarta.
- Suaryadi, Purwanto,dkk. 2007. *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Salemba Empat. Jakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Suharsini, Arikunto. 2005. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta
- Suryana. 2005. *Kewirausahaan*. Salemba Empat. Jakarta
- Taufik Hidayat, SE, M.Si & Nina Istiadah, ST. 2012. *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 19*, Mediakita. Jakarta
- Warren J. Keegan. 2005. *Manajemen Pemasaran Global*, Alih Bahasa, Alexander Sindoro dan Tanty Syahlina Tarigan. Prenhalindo. Jakarta
- Wibisono, Dermawan. 2006. *Manajemen Kinerja Konsep Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Erlangga. Jakarta

Internet :

<http://eprints.uny.ac.id/9191/2/bab%25202%2520-09514131010.pdf>

<http://www.bisniskonfeksi.com/mengenal-jenis-jenis-kain-dan-karakteristiknya>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**CATATAN KEGIATAN KONSULTASI/
BIMBINGAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Pengaruh Jumlah Konsumen Dan Jumlah Meter Kain Terhadap Tingkat Penjualan Hasil Produksi Cv. Paris Internasional Tailor Jl. Jatiwaringin Raya No. 47 E Jakarta Timur

Dosen Pembimbing : Sukardi, SE, MM

Tanggal	Uraian Kegiatan	Tanda Tangan Dosen Pembimbing I
14-3-2015	Bimbingan/konsultasi Pengajuan Proposal (Bab I, II, III)	
28-3-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi 1 Proposal (Bab I, II, III)	
4-4-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi 2 Proposal (Bab I, II, III)	
25-4-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi 3 Proposal (Bab I, II, III)	
2-5-2015	Bimbingan/konsultasi Proposal (Bab I, II, III)	
23-5-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi Proposal (Bab I, II, III)	
13-6-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi Proposal (Bab I, II, III)	
27-6-2015	Bimbingan/konsultasi Bab IV, V	
4-7-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi Bab IV, V	
25-7-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi Bab IV, V	
1-8-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi Bab IV, V	
8-8-2015	Bimbingan/konsultasi Lembar Pengesahan, Lampiran, Dll	
22-8-2015	Bimbingan/konsultasi Revisi Lembar Pengesahan, Lampiran, Dll	

**Tabel Perkembangan Jumlah Konsumen, Jumlah Meter Kain
dan Tingkat Penjualan CV. Paris Internasional Tailor
Periode Tahun 2012-2014**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen (org)	Jumlah Meter Kain (mtr)	Produk Terjual (Rp)
1	2012	Januari	125	250	50,500,000
		Februari	115	155	47,250,000
		Maret	117	205	45,500,000
		April	130	260	52,750,000
		Mei	134	268	55,500,000
		Juni	138	276	58,250,000
		Juli	142	284	61,000,000
		Agustus	146	292	63,750,000
		September	150	300	66,500,000
		Oktober	154	308	69,250,000
		Nopember	158	316	72,000,000
		Desember	162	324	74,750,000
		Tahun 2012			1,671
2	2013	Januari	115	201	49,250,000
		Februari	117	205	48,250,000
		Maret	125	219	46,500,000
		April	142	284	53,250,000
		Mei	154	308	55,500,000
		Juni	158	316	57,750,000
		Juli	162	324	60,000,000
		Agustus	166	332	62,250,000
		September	170	340	64,500,000
		Oktober	174	348	66,750,000
		Nopember	178	356	69,000,000
		Desember	182	364	71,250,000
		Tahun 2013			1,843
3	2014	Januari	125	219	48,500,000
		Februari	117	205	46,750,000
		Maret	154	308	65,250,000
		April	156	312	67,475,000
		Mei	160	320	69,700,000
		Juni	164	328	71,925,000
		Juli	168	336	74,150,000
		Agustus	172	344	76,375,000
		September	176	352	78,600,000
		Oktober	180	360	80,825,000
		Nopember	184	368	83,050,000
		Desember	188	376	85,275,000
		Tahun 2014			1,944
Tahun 2012-2014			5,458	10,662	2,269,125,000

Sumber : CV. Paris Internasional Tailor, 2014

Titik Persentase Distribusi t ($df = 1 - 40$)

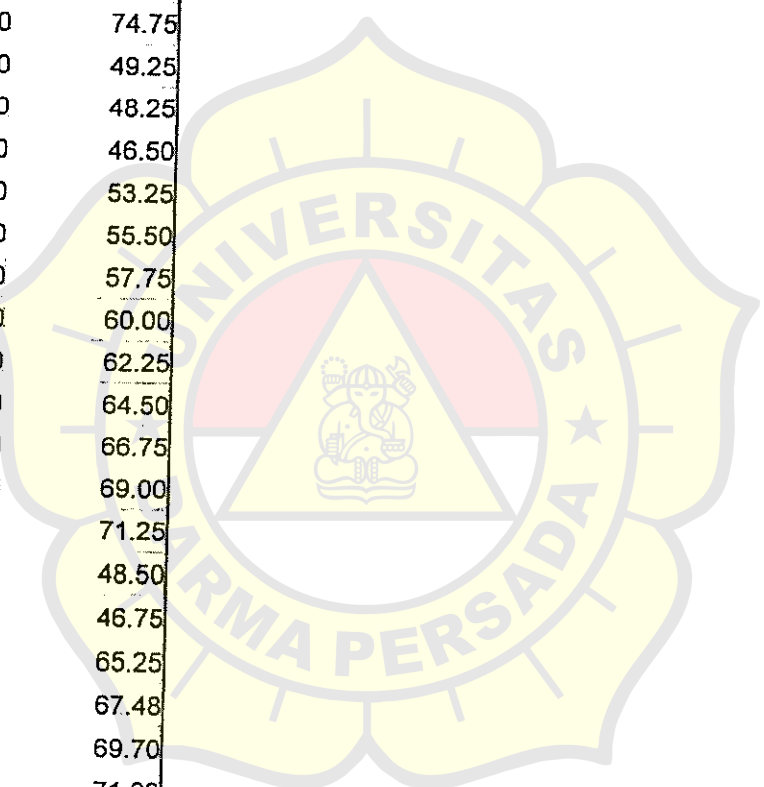
Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92983
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.96	1.94
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.95	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.94	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.93	1.91
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

dt, var view x1,y.sav

	J. Konsumen	T. Penjualan
1	125.00	50.50
2	115.00	47.25
3	117.00	45.50
4	130.00	52.75
5	134.00	55.50
6	138.00	58.25
7	142.00	61.00
8	146.00	63.75
9	150.00	66.50
10	154.00	69.25
11	158.00	72.00
12	162.00	74.75
13	115.00	49.25
14	117.00	48.25
15	125.00	46.50
16	142.00	53.25
17	154.00	55.50
18	158.00	57.75
19	162.00	60.00
20	166.00	62.25
21	170.00	64.50
22	174.00	66.75
23	178.00	69.00
24	182.00	71.25
25	125.00	48.50
26	117.00	46.75
27	154.00	65.25
28	156.00	67.48
29	160.00	69.70
30	164.00	71.93
31	168.00	74.15
32	172.00	76.38
33	176.00	78.60
34	180.00	80.83
35	184.00	83.05
36	188.00	85.28



GET

FILE='D:\data penting_jangan di klik SPSS\UNSA1_bob14\newbob1\dt, var view x1,x2,y.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT T_Penjualan

/METHOD=ENTER J_Konsumen JM_Kain.

Regression

[DataSet1] D:\data penting_jangan di klik SPSS\UNSA1_bob14\newbob1\dt, var view x1,x2,y.sav

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	JM Kain, Jumlah Konsumen ^b		Enter

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.827	.816	4.88280

a. Predictors: (Constant), JM Kain, Jumlah Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3756.679	2	1878.340	78.784	.000 ^b
	Residual	786.776	33	23.842		
	Total	4543.455	35			

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

b. Predictors: (Constant), JM Kain, Jumlah Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-7.616	8.009			
	Jumlah Konsumen	.464	.176	.905	2.632	.013
	JM Kain	.001	.069	.005	.014	.989

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

```
DATASET ACTIVATE DataSet1.
```

```
SAVE OUTFILE='D:\data penting_jangan di klik SPSS\UNSadAs1_bob14\newbob1\dt,  
var view x1,x2,y.sav'
```

```
/COMPRESSED.
```



dt, var view x2,y.sav

	JM Kain	T Penjualan
1	250.00	50.50
2	155.00	47.25
3	205.00	45.50
4	260.00	52.75
5	268.00	55.50
6	276.00	58.25
7	284.00	61.00
8	292.00	63.75
9	300.00	66.50
10	308.00	69.25
11	316.00	72.00
12	324.00	74.75
13	201.00	49.25
14	205.00	48.25
15	219.00	46.50
16	284.00	53.25
17	308.00	55.50
18	316.00	57.75
19	324.00	60.00
20	332.00	62.25
21	340.00	64.50
22	348.00	66.75
23	356.00	69.00
24	364.00	71.25
25	219.00	48.50
26	205.00	46.75
27	308.00	65.25
28	312.00	67.48
29	320.00	69.70
30	328.00	71.93
31	336.00	74.15
32	344.00	76.38
33	352.00	78.60
34	360.00	80.83
35	368.00	83.05
36	376.00	85.28

3/22/15 3:58 AM

GET

FILE='D:\data penting_jangan di klik SPSS\UNSDAS1_bob14\newbob1\dt, var view x2,y.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT T_Penjualan

/METHOD=ENTER JM_Kain.

Regression

[DataSet1] D:\data penting_jangan di klik SPSS\UNSDAS1_bob14\newbob1\dt, var view x2,y.sav

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	JM Kain ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 ^a	.790	.784	5.29138

a. Predictors: (Constant), JM Kain

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3591.500	1	3591.500	128.274	.000 ^b
	Residual	951.956	34	27.999		
	Total	4543.455	35			

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

b. Predictors: (Constant), JM Kain

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.005	4.764		2.100	.043
	JM Kain	.179	.016	.889	11.326	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

DATASET ACTIVATE DataSet1.

SAVE OUTFILE='D:\data penting_jangan di klik SPSS\UNSadasi_bob14\newbob1\dt,

var view x2,y.sav'

/COMPRESSED.



REGRESSION

/MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT T_Penjualan
 /METHOD=ENTER J_Konsumen.

Regression

DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Jumlah Konsumen ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan
- b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.827	.822	4.81047

- a. Predictors: (Constant), Jumlah Konsumen

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3756.675	1	3756.675	162.341	.000 ^b
Residual	786.781	34	23.141		
Total	4543.455	35			

- a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan
- b. Predictors: (Constant), Jumlah Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7.695	5.609		-1.372	.179
Jumlah Konsumen	.466	.037	.909	12.741	.000

- a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

```
SAVE OUTFILE='D:\data penting_jangan di klik SPSS\UNSadasi_bob14\newbob1\dt,  
var view x1,y.sav'  
/COMPRESSED.
```

