

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka disimpulkan;

Dari hasil perhitungan diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 8.181 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 7,50, hal berarti hipotesis pertama yang diajukan yaitu diduga bentuk-bentuk sales promosi yang meliputi; pemberian hadiah langsung ( $X_1$ ), potongan harga ( $X_2$ ), demonstrasi di tempat penjualan ( $X_3$ ), secara serempak berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan (Y) pada PT. Industri Sandang Nusantara Surabaya dapat diterima kebenarannya.

Dari hasil uji t diatas, maka dapat disimpulkan bahwa secara partial variabel pemberian hadiah langsung ( $X_1$ ), potongan harga ( $X_2$ ), demonstrasi di tempat penjualan ( $X_3$ ), secara partial/individu berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan (Y). Hal ini dapat dilihat pada perhitungan berikut :

- Dari hasil uji t diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2.450 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 2.306. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti pengaruh pemberian hadiah langsung ( $X_1$ ) terhadap omzet penjualan (Y) adalah signifikan.



## 5.2 Saran

Dari hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka saran-saran yang dapat dikemukakan adalah :

- a. Sesuai dengan pembahasan dan hasil kesimpulan sebaiknya perusahaan tetap memperhatikan dan mempertahankan bentuk-bentuk promosi yang telah ada.
- b. Untuk dapat meningkatkan omzet penjualan, sebaiknya perusahaan lebih berorientasi pada pemberian potongan harga, karena bentuk-bentuk promosi penjualan yang meliputi pemberian hadiah langsung ( $X_1$ ), potongan harga ( $X_2$ ), demonstrasi di tempat penjualan ( $X_3$ ), maka sebaiknya lebih ditingkatkan lagi, dan mengadakan promosi penjualan di tempat-tempat yang lebih strategis



## DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Marwan, 1986 *Marketing*, Fakultas Ekonomi, UGM, Yogyakarta.
- Dajan, Anto, 1996, *Pengantar Metode Statistik*, jilid II, Jakarta, LP3S.
- Djarwanto, Pangestu, Subagyo, (1990) *Statistik Induktif*, Edisi Ketiga, BPFE, Airlangga.
- Kotler, Philips, 1996, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Keenam, Jakarta, Airlangga.
- , 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Melenium, Jakarta, BPFE.
- Nitisemito, Alex, S., 1997, *Marketing*, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Nasir, Moch., 1998, *Metode Penelitian*, cetakan ketiga, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Mendenhall, W. & Reinmuth, J, 1998, *Pengantar Statistik Untuk Ekonomi*, Jakarta, Airlangga.
- Swastha, Basu, 2000, *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta, Liberty.
- , 2000 *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Liberty.

