

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis maka dapat diketahui bahwa saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan paving pada PT. Conbloc Indotama Surya, Purwodadi. Hasil tersebut dibuktikan dari hasil uji F dengan menggunakan  $Df_1 = 1$  dan  $Df_2 = 98$  pada alpha sebesar 5% maka diperoleh  $F_{Tabel}$  sebesar 2,479 sedangkan  $F_{hitung}$ nya diperoleh sebesar 190,269 sehingga dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{Tabel}$ , sehingga dapat dikatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Conbloc Indotama Surya (Y).
2. Nilai Adj. R. Square ( $R^2$ ) yaitu diperoleh angka sebesar 0,657, dengan demikian berarti bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan pengaruh variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Conbloc Indotama Surya sebesar 65,7%, sedangkan sisanya sebesar 34,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis data yang dilakukan maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi PT. Conbloc Indotama Surya
  - a. Pihak manajemen harus secara maksimal dalam memberikan dukungan dalam upaya memaksimalkan volume penjualan yaitu dengan memberikan berbagai kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk paving yang diharapkan. Upaya nyata yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan kemudahan dalam mencapai lokasi yaitu dengan membuat papan nama ditempat yang strategis sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi perusahaan.
  - b. Perusahaan harus memberikan jaminan bahwa produk yang dipesan oleh konsumen benar-benar sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan konsumen. Upaya ini dilakukan untuk memberikan dukungan dalam upaya menciptakan kepuasan konsumen sehingga upaya peningkatan volume penjualan dapat secara maksimal dilakukan.
  - c. Kejelasan atas kondisi produk harus benar-benar dapat disampaikan kepada konsumen dengan benar sehingga konsumen mendapatkan produk sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap volume penjualan, yang meliputi: kualitas produk, harga, promosi dan variabel lain yang berpengaruh terhadap volume penjualan sehingga penelitian tersebut dapat lebih berkembang.



### Daftar Pustaka

- Akbar, 2005. *Pengaruh pelaksanaan distribusi dalam upaya meningkatkan penjualan pada CV.Alfath Production*, Pandaan
- Alma, 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Assauri, 2007. *Manajemen pemasaran, Rajawali Pers*. Jakarta
- Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Hasan. 2012. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasan, M . Iqbal. 2007. *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Jakarta
- John Downess dan Jordan Elliot Goodman, 2008. *Dasar-dasar manajemen marketing*. Buku 1 edisi 2 1.Jakarta: Salemba empat.
- Kotler, 2004. *Manajemen pemasaran edisi millennium 2* (Edisi Bahasa Indonesia). PT.Probalindo, Jakarta
- Kotler. 2007, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip Armstrong, 2008, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta, PT. Indeks Gramedia.
- Malhotra, N.K., 2009, *Riset Pemasaran*, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta
- Malhotra, 2005. *Riset Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mahmud. 2005. *Pengantar pemasaran modern*. Yogyakarta
- Mohan. 2004 *Sistem Manajemen Kinerja*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moekijat, 2005. *Manajemen Personalialia Dan Sumber Daya Manusia*
- Rendi, Riando 2007, *Analisis Penerapan Saluran Distribusi Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kertas Leces Probolinggo*.Skripsi.Universitas Machung.Malang
- Saladin, Djaslim, 2006, *Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat*, Bandung : Linda Karya
- Sanusi, 2004. *Paradigma Baru Manajemen*; Amara books. Yogyakarta
- Sari, 2014. *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Semen PT.Semen Tonasa*, Pangkep
- Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta :Graha Ilmu

Santoso, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: Prestasi Pustaka

Stanton, 2011, *Prinsip Pemasaran*, Edisi 7, jilid 2, terjemahan, Y.Lamarto.Erlangga,Jakarta.

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,Kualitaitf,dan R&D)* , Bandung:Alfabeta

Sundari, 2008. *Analisis Saluran Distribusi Produk Farmasi Pada PT.Rajawali Nusindo*. Pekanbaru

Tjiptono, 2005, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andy, Yogyakarta

Warren J. Keegan, *Manajemen Pemasaran Global*, Jakarta : PT Indeks Gramedia, 2008.

Wijaya. 2004.*Analisis Statistik dengan SPSS 10.00*. Alfabeta. Bandung

