

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk di PT. Lestari Biscuit Factory Malang dimana dapat dibuktikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8,911 > 2,021$ dengan nilai signifikansi 0,000. Sedangkan besarnya pengaruh R_{square} adalah 63,3%, artinya sebesar 63,3% keragaman dari pembelian produk (Y) di PT. Lestari Biscuit Factory dipengaruhi oleh adanya faktor saluran distribusi dan sisanya 36,7% ditentukan oleh faktor lain di luar faktor variabel yang diteliti; dengan persamaan model regresi $Y = 0,349 + 0,375 X$.

B. SARAN

Berdasarkan simpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, diketahui bahwasanya faktor saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk wafer di PT. Lestari Biscuit Factory Malang. Oleh karena itu, agar pembelian

produk dapat lebih ditingkatkan, maka pihak perusahaan perlu selalu memperhatikan hubungan dan komunikasi yang lebih efektif dengan distributor.

2. Diharapkan bauran pemasaran yang lain, seperti produk, harga, dan promosi harus lebih diperhatikan pula, karena jika saluran distribusi lebih baik dan produk, harga serta promosi juga lebih baik maka keuntungan yang diperoleh PT. Lestari Biscuit Factory akan sangat maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary dan Kotler, Phillip. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid Kedua. Edisi Kesembilan. Erlangga. Jakarta.
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jilid kedua. Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Da Costa, Jaqua Danio Harta. 2007. *Peranan Saluran Distribusi Yang efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan*.
- Dajan, A. 1995. *Pengantar Metode Statistik*. Jilid 1. Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta
- Hasan, Iqbal. 2002. *Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Galia Indonesia. Jakarta.
- Kotler, Philip. *Bauran Pemasaran*. <http://www.pdfqueen.com/>
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Bisnis Modern*. Andi. Yogyakarta.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Nurbiyati, Titik dan Machfoedz, Mahmud. 2005. *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Cetakan pertama. Kayon. Yogyakarta.

- Retnaningtyas, Dwi Yuana. 2001. *Analisis Saluran Distribusi Yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan*.
- Rismiati E. Catur–Suratno Ig. Bondan. 1999. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Kanisius. Yogyakarta
- Santoso, S. 2001. *Buku Statistik Multivariat*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Cetakan Pertama. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Suharsini, Arikunto. 2007. *Metodologi Penelitian*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Marketing*. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta
- Swastha, Basu. 1999. *Manajemen Penjualan*. BPFE. Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Edisi Kedua. Andi. Yogyakarta.
- Widjajanto, Nugroho. 2001. *Sistem Informasi Akuntansi*. Erlangga. Jakarta.