

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis statistic
 - Dari hasil analisis statistic, diketahui koefisien korelasi (r) sebesar 0.93 yang berarti saluran distribusi yang tepat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan.
 - Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 87.1% menunjukkan adanya pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan sebesar 87.1% dan sisanya sebesar 12.9% dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Pada penelitian kasus ini PT.Best Jeans
3. Kita lihat volume penjualan pada PT.Best Jeans dari Januari 2005 sampai Desember 2006, walaupun PT.Best Jeans mengalami kenaikan dan penurunan volume penjualan dari Januari 2005 sampai November 2006, PT. Best Jeans bisa meningkatkan volume penjualannya pada Desember 2006 dengan membina hubungan yang lebih baik lagi dengan pelanggan juga meningkatkan strategi pemasaran dan menjaga kualitas produk yang bagus, selain itu juga dengan saluran distribusi yang tepat oleh PT. Best

Jeans pada thn Desember 2006, bisa meningkatkan kembali volume penjualannya.

5.2 Saran

Setelah penelitian yang dilakukan penulis terhadap PT. Best Jeans mengenai pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan, penulis dapat memberikan saran terhadap perusahaan, yaitu:

- Perusahaan harus dapat peka terhadap situasi pasar, apa yang menjadi kebutuhan, dan yang disukai pelanggan, juga harus selalu mengikuti perkembangan mode pada pakaian khususnya dalam kasus ini adalah produk jeans. Hal tersebut dapat dilaksanakan antara lain dengan cara : membaca permintaan pasar terhadap produk, apa yang dilakukan oleh pesaing, selalu memantau perkembangan mode produk jeans melalui majalah, internet, dll.
- Perusahaan harus lebih komitmen lagi dengan prinsipnya yang selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan juga hal penting lainnya adalah selalu menjaga kualitas produk, karena dengan itu perusahaan akan memperoleh keuntungan, seperti: mendapatkan loyalitas konsumen, dengan standarisasi kualitas yang tinggi akan menimbulkan “*brand images*” terhadap masyarakat, yang akan berakibat pada keunggulan perusahaan terhadap perusahaan- perusahaan pesaing dan juga akan meningkatkan volume penjualan.