

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

- a. Berdasarkan hasil pembahasan ternyata komisi dan upah secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap hasil penjualan pada perusahaan bengkel "X". Hal ini dapat dibuktikan dari koefisien korelasi multiple yang diperoleh sebesar 0,970 dengan koefisien determinasi sebesar 0,941 yang berarti bahwa 94,1% dari penjualan perusahaan bengkel "X" dipengaruhi oleh komisi dan upah pada perusahaan tersebut. Dan dari uji signifikansi dengan uji F, dimana $F_{hitung} = 134,716 > F_{tabel} = 2,64$, sehingga secara statistik, variable bebas yang digunakan dalam penelitian ini bermakna atau signifikan terhadap penjualan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa upah dan komisi secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap hasil penjualan pada perusahaan bengkel "X" di Surabaya terbukti.
- b. Pada hipotesis kedua, yaitu diduga komisi lebih berpengaruh/dominan dalam mempengaruhi hasil penjualan pada perusahaan bengkel "X", ternyata tidak terbukti hasil korelasi parsial menunjukkan $ry_{2.1} = 0,6950 > ry_{1.2} = 0,5158$ dan hasil pengujian dengan menggunakan uji t diketahui $t_1(\text{komisi}) = 2,483$ dan $t_2(\text{upah}) = 3,985$ sehingga $t_2 > t_1$, sehingga hipotesis kedua tidak terbukti yaitu bahwa upah lebih berpengaruh dibandingkan dengan komisi pada perusahaan bengkel "X" hal ini disebabkan karena pemberian komisi pada perusahaan

“X” terlalu kecil sehingga tidak dapat mempengaruhi tenaga pemasaran dalam memperoleh penjualan pada perusahaan bengkel “X”

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dapat berguna untuk perusahaan bengkel “X” yang berkaitan dengan penjualan antara lain :

- a. Walaupun upah dan komisi berpengaruh positif bukan berarti perusahaan hanya bersandar pada hal tersebut. Tetapi perusahaan juga dapat mengembangkan hal tersebut, antara lain dengan pemberian target minimum untuk tenaga pemasaran sehingga penjualan akan semakin meningkat.
- b. Sedangkan berkaitan dengan masalah komisi, dimana dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang dominan, perusahaan perlu memperhatikan dalam hal peningkatan komisi agar perusahaan mendapatkan penjualan yang lebih baik dan tidak dipengaruhi oleh upah saja tetapi juga oleh komisi sehingga dapat memberikan hasil dan kepuasan perusahaan.

Demikian kesimpulan dan saran yang dapat penulis kemukakan berkaitan dengan penelitian mengenai upah, komisi terhadap penjualan khususnya untuk perusahaan bengkel “X” di Surabaya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anthony. R. N, J. Dearden, N. M. Bedford, **Sistem Pengendalian Manajemen**, (Agus Maulana, penerjemah), Jakarta : Binarupa Aksara, 1992.
- Alex. S. Nitisemito, **Marketing**, Kudus 1981.
- Flippo, Edwin B. dan Moh Masud. **Manajemen Personalia**, edisi keenam Jilid satu dan dua, Erlangga, Jakarta 1996.
- Gitlow, Howard S., **Planning For Quality Productivity and Competitive Position**, Blooming Town, Minnesota, Process Management International Inc., 1990.
- Heidjrochman Ranupandojo dan Suad Husnan. **Manajemen Personalia** bagian satu dan dua, Yogyakarta, 1980
- Moh. As'ad Psi. **Psikologi Industri edisi revisi**, Liberty, Yogyakarta, 1980.
- Newbold, P., **Statistic for Business and Economics**, (Third Edition), Engewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall International Inc, 1991.
- Nyoman Arcana, **Pengantar Statistik II Untuk Ekonomi**, Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya, 1996 (Interpretasi Regresi & Korelasi Berganda).
- T. Hani. Handoko, **Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi**, BPFE Yogyakarta, 1984.
- Yoder, Dole dan Paul. D. Stoudahar. **Personnel Management dan Industrial Relations**, Seventh Edition, New Delhi, 1984.