

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### G. Kesimpulan

1. Hasil penelitian diketahui bahwa produksi perusahaan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 mengalami kenaikan, dari tahun 2010 ke tahun 2011 penjualan meningkat sebesar 1.911 unit, dari tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar 2.801 unit.
2. Hasil penelitian diketahui bahwa penjualan perusahaan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 mengalami kenaikan, dari tahun 2010 ke tahun 2011 penjualan meningkat sebesar Rp. 6.330.000,- dari tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar Rp. 27.690.000,-.
3. Hasil penelitian diketahui nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (*R Square*) sebesar 0,880. Artinya, Variabel independen produktifitas perusahaan mempunyai pengaruh sebesar 88% terhadap penjualan sedang sisanya dipengaruhi oleh variabel lain atau diluar variabel bebas yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 12% (100% - 88%).
4. Berdasarkan analisis regresi sederhana di atas di peroleh persamaan sebagai berikut:  $Y = 18.480.000,00 + 9707,924X$
5. Berdasarkan perhitungan menunjukkan F hitung sebesar 116,463 (Signifikan F = 0,00). Hasil perhitungan statistik tersebut menunjukkan p-value  $0 < 0,05$ , artinya signifikan, sedangkan F hitung  $116,463 >$

4,12, artinya signifikan disini berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  di tolak artinya terdapat pengaruh produktifitas terhadap penjualan pada perusahaan kerajinan ketipung UD Classic Kota Blitar.

## **H. Saran**

1. Meskipun secara keseluruhan produktifitas dan penjualan perusahaan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 mengalami kenaikan, namun perusahaan tidak boleh lengah dalam menghadapi pasar, karena kondisi perekonomian global saat ini relatif sulit untuk diprediksi.
2. Perusahaan kerajinan adalah merupakan perusahaan dimana pasarnya adalah khusus bagi penggemar produk-produk yang memang dipesan khusus oleh konsumennya, oleh karena itu perusahaan harus selalu mengadakan inovasi baik berupa kondisi fisik maupun teknologi pembuatan, supaya tetap mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya.
3. Bagi peneliti berikutnya, dapat menambahkan variabel-variabel lain baik pada variabel bebas maupun pada variabel terikatnya. Sehingga lebih mengembangkan pemahaman tentang penjualan dan produktifitas perusahaan.