

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai Pengaruh Promosi Terhadap Pendapatan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisa data dengan menggunakan software SPSS versi 17, diperoleh t_{hitung} sebesar 2,603 dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $36-1-1=34$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,690. Berdasarkan analisa tersebut, diketahui t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,603 > 1,690$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap pendapatan.
2. Berdasarkan hasil analisa data dengan menggunakan software SPSS versi 17, diperoleh r^2 sebesar 0,166, ini menunjukkan bahwa pengaruh promosi terhadap pendapatan yaitu sebesar 16%. Sedangkan sisanya 84% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini. Dan nilai

koefisien korelasi (r) yaitu sebesar 0,408 atau 40% berarti bahwa hubungan antara promosi terhadap pendaatan sangat baik karena mendekati 1.

3. Dalam tinjauan ekonomi islam, segala bentuk jual beli baik yang berhubungan dengan promosi, pendapatan, ataupun lainnya harus didasarkan atas suka sama suka antar pihak dimana tidak ada yang merasa ditipu, terdzolimi ataupun terkhanati dalam proses meningkatkan pendapatan sebuah perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah :

1. *Handpone* perlu meningkatkan kualitas agar masyarakat tidak saja tertolong dalam soal harga murah, tapi juga semakin nyaman dalam menggunakan *handpone*. Peningkatan tersebut adalah penyediaan kapasitas yang menjamin jalur percakapan telepon atau pengiriman sms berjalan dengan lancar.
2. Jalur distribusi juga perlu disempurnakan agar masyarakat semakin mudah mendapatkan produk *handpone*, upaya komunikasi intensif tersebut agar semakin di galakan untuk

mendekati para mitra usaha agar produk-produk *hanedpone* dikenal masyarakat dan tersedia dipasaran.

3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya lebih memperbesar jumlah sampel dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar data yang dihasilkan oleh peneliti selanjutnya lebih akurat.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan variabel Promosi sebaiknya dapat memperluas lokasi penelitian. Hal ini dilakukan agar didapatkan perbandingan hasil Promosi

