

BAB IV

IMPLEMENTASI DAN EVALUASI

4.1 Implementasi Sistem

Implementasi sistem merupakan wujud dari analisis dan perancangan sistem yang telah dibuat. Agar dapat terlaksananya implementasi sistem dengan baik, diperlukan kesiapan dari kebutuhan perangkat keras maupun perangkat lunak.

4.2 Kebutuhan Sistem

Kebutuhan sistem aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel merupakan kebutuhan sistem mencakup kebutuhan perangkat keras dan kebutuhan perangkat lunak. Kebutuhan sistem ini yang mendukung aplikasi program ini bisa berjalan dengan baik sehingga bisa digunakan oleh *user*.

4.2.1 Kebutuhan Perangkat Keras

Perangkat keras adalah komponen fisik peralatan yang membentuk sistem komputer, serta peralatan lain yang mendukung komputer dalam menjalankan tugasnya. Untuk menjalankan aplikasi ini membutuhkan komputer dengan spesifikasi minimum sebagai berikut:

1. Processor 1 Ghz Dual Core
2. Memori dengan Ram 2 GB
3. HDD 10 GB
4. VGA on Board
5. Monitor dengan resolusi 1366x768

6. Keyboard dan mouse

4.2.2 Kebutuhan Perangkat Lunak

Perangkat lunak merupakan komponen non fisik yang digunakan untuk membuat sistem komputer dapat berjalan dan melakukan tugasnya. Adapun perangkat lunak yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Sistem operasi minimal Windows XP
2. .Net Framework 3.5
3. Crystal Report
4. Visual Studio Ultimate 2010
5. Menggunakan *database* SQL Server 2008 Revision 2

4.3 Pembahasan Hasil Implementasi Sistem

Untuk menggunakan aplikasi ini terdapat batasan hak akses *user*. Sistem ini digunakan oleh tiga *user* dengan hak akses sebagai berikut:

1. *Administrator* atau IT

Administrator atau IT mempunyai hak akses yang paling luas sehingga mampu mengakses semua *form* yang ada pada aplikasi, tapi tugas utama *administrator* adalah untuk *maintenance* data *user*.

2. Bagian Penjualan

Bagian penjualan hanya bertugas untuk *input* data pemasaran dan hasil penjualan dari pemasaran tiap bulan. Selain itu bagian penjualan bisa membuat laporan pengeluaran tiap bulannya. Oleh karena itu bagian penjualan mempunyai hak akses pada *form input* pemasaran penjualan, *form edit* pemasaran penjualan dan *form* laporan pemasaran penjualan.

3. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran mempunyai hak akses pada *form* perhitungan yang memiliki fungsi untuk melakukan proses perhitungan analisis data, selain itu bagian pemasaran juga bisa melihat laporan analisis data.

Untuk pembahasan hasil implementasi sistem ini dilakukan setelah mengetahui akan kebutuhan implementasi sistem, sehingga kebutuhan-kebutuhan tersebut bisa terpenuhi, dan hak akses *user*, langkah selanjutnya yaitu menginstall aplikasi program analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan.

Kemudian setelah terinstall maka *user* perlu petunjuk untuk penjelasan pemakaian aplikasi tersebut. Berikut ini akan dijelaskan instalasi aplikasi dan penjelasan penggunaan aplikasi.

4.3.1 Instalasi Aplikasi

Aplikasi ini dibuat dengan Microsoft Visual Studio Ultimate 2010 yang menggunakan bahasa pemrograman VisualBasic.Net dengan *database engine* Microsoft SQL Server 2008 Revision 2. *Listing* program dari aplikasi yang dibuat terdapat pada lampiran.

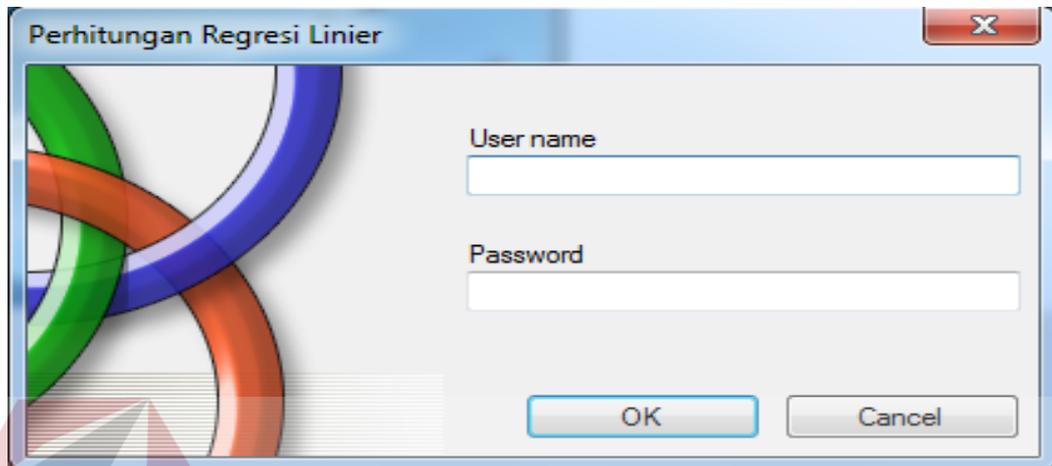
Tahap akhir implementasi program adalah dengan menginstall di perusahaan PT Asialindo Tour and Travel dan melakukan konfigurasi agar program tersebut dapat berjalan sebagaimana seharusnya.

4.3.2 Penjelasan Penggunaan Aplikasi

1. *Form Login*

Saat pertama kali menjalankan aplikasi ini, *form* yang pertama kali muncul adalah *form login*. *Form login* merupakan *form* masukan untuk melakukan verifikasi hak akses *user* dalam proses masuk ke dalam *form* menu utama. Berikut

ini *form login* aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 *Form Login*

Form login ini berisi *textbox* isian user untuk *username* dan *textbox* untuk *password* user. Selain itu terdapat tombol *ok* dan tombol *cancel*. Untuk *textbox username* dilakukan pengisian oleh user hanya berupa isian yang bertuliskan *admin*, penjualan dan pemasaran. Untuk tulisan *username* yang lain tidak bisa untuk melakukan akses *login* ke *form* menu utama, kecuali tulisan *username* tersebut sudah diganti di dalam *form edit user* atau adanya user baru yang terdaftar di dalam *database*. Sedangkan untuk *textbox password*, isian tulisan *password* hanya bisa terisi dengan tulisan yang sama dengan tulisan *username* yang *default*. Tapi untuk tulisan *password* bisa diganti pada *form ganti password*. Kemudian tombol *ok* berfungsi untuk melakukan proses *login* sehingga user bisa masuk ke *form* menu utama dengan batasan menu *form* yang sesuai dengan hak akses user yang *login*. Sedangkan untuk tombol *cancel* berfungsi untuk keluar dari aplikasi ini.

2. *Form Menu Utama*

Setelah proses *login* hak akses *user* pada *form login*, *form* selanjutnya adalah *form* menu utama. *Form* menu utama ini memiliki beberapa menu pilihan untuk masuk ke beberapa *form*. Menu pilihan *form* tersebut akan terbuka semua aksesnya ketika *user login* sebagai *admin*. Kemudian berikut ini *form* menu utama yang menggunakan *login user* sebagai *admin*, sehingga pilihan menu pilihan *form* bisa diakses semua. *Form* menu utama aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 *Form* Menu Utama

Form menu utama ini berisi menu *tab file*, menu *tab input*, menu *tab edit*, menu *tab view*, menu *tab transaksi* dan menu *tab laporan*. Menu *tab file* berisikan

menu *form ganti password*, fungsi *logout* dan fungsi *exit*. Menu *tab input* berisikan menu *form input* pemasaran penjualan dan menu *form input user*. Menu *tab edit* berisikan menu *form edit* pemasaran penjualan dan menu *form edit user*. Sedangkan menu *tab view* hanya berisi menu *form view user*. Kemudian menu *tab transaksi* juga hanya memiliki satu menu *form* yaitu *form* proses perhitungan. Sedangkan menu *tab laporan* berisikan menu *form* laporan pemasaran dan hasil penjualan dan menu *form* laporan analisis data.

Dalam *form* menu utama ini terdapat batasan hak akses *user* dalam membuka beberapa *form*. Untuk *user admin*, bisa melakukan semua akses untuk membuka semua *form*. Sedangkan untuk *user* penjualan, hanya bisa membuka akses *form ganti password*, *form input* pemasaran penjualan, *form edit* pemasaran penjualan dan *form* laporan pemasaran dan hasil penjualan. Kemudian untuk *user* pemasaran, hanya bisa membuka akses *form* transaksi proses perhitungan dan *form* laporan analisis data.

3. **Form Ganti Password**

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab file* yang berisikan menu *form ganti password*. *Form ganti password* ini memiliki fungsi untuk melakukan perubahan *password* dari yang *default password* menjadi kode *password* yang diinginkan oleh *user*, sehingga *login user* tersebut tidak bisa digunakan oleh *user* lain. Adapun *default password* yang dimaksud adalah *admin*, pemasaran dan penjualan. Berikut ini *form ganti password* aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.3.

Gambar 4.3 *Form Ganti Password*

Pada *form ganti password* ini memiliki *textbox* berupa *textbox password* lama, *textbox password* baru dan *textbox konfirmasi password* baru. Selain itu terdapat tombol *ok* dan tombol *cancel*. Pada *textbox password* lama diisi oleh *user* dengan isian *password* lama yang mau diganti. Kemudian *textbox password* baru dan *textbox konfirmasi password* baru diisi oleh *user* dengan isian *password* baru yang sesuai dengan keinginan *user* tersebut. Kemudian tombol *ok* digunakan *user* untuk melakukan penyimpanan perubahan *password user*. Sedangkan untuk tombol *cancel* digunakan untuk keluar atau tidak jadi melakukan proses perubahan ganti *password user*.

4. *Form Input User*

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab input* yang berisikan menu *form input user*. *Form input user* ini memiliki fungsi untuk melakukan proses pembuatan *user* baru yang akan melakukan akses ke dalam aplikasi ini. Akses ke *form* pembuatan *user* baru ini hanya bisa dilakukan oleh *user admin*. Berikut ini *form input user* aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.4.

Gambar 4.4 *Form Input User*

Pada *form input user* ini memiliki *textbox username* dan *combo-box role*. Selain itu terdapat tombol *ok* dan tombol *batal*. Untuk *textbox username* diisi oleh *user admin* berupa nama *user* yang diinginkan. Sedangkan fungsi *textbox username* adalah isian *user admin* untuk melakukan pendaftaran *user* baru. Kemudian *combo-box role* merupakan pilihan *user admin* dalam melakukan pendaftaran *user* baru berupa pilihan hak akses *form* menu dalam aplikasi. *Combo-box role* ini terdiri dari 3 pilihan, diantaranya adalah *admin*, *pemasaran* dan *penjualan*. Kemudian untuk tombol *ok* adalah proses penyimpanan pendaftaran *user* baru ke dalam *database*. Sedangkan tombol *batal* adalah proses *batal* untuk melakukan proses pembuatan *user* baru dan keluar dari *form* ini.

5. ***Form Input Pemasaran Penjualan***

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab input* yang berisikan salah satunya adalah menu *form input* pemasaran penjualan. *Form input* pemasaran penjualan ini memiliki fungsi untuk melakukan proses *input* data dan penyimpanan data ke dalam *database* berupa data *event mall*, *event hotel*, iklan koran, *sales Surabaya utara*, *sales Surabaya barat*, *sales Surabaya timur*, *sales Surabaya selatan*, *sales Surabaya tengah* dan hasil penjualan dari pemasaran tiap bulannya. Hak akses dalam *form* ini hanya bisa dibuka oleh *user* penjualan.

Berikut ini *form input* pemasaran penjualan aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.5.

Gambar 4.5 *Form Input* Pemasaran Penjualan

Pada *form input* pemasaran penjualan ini memiliki *textbox event mall*, *textbox event hotel*, *textbox iklan koran*, *textbox sales Surabaya utara*, *textbox sales Surabaya barat*, *textbox sales Surabaya timur*, *textbox sales Surabaya selatan*, *textbox sales Surabaya tengah* dan *textbox hasil penjualan*. Kemudian terdapat juga *combo-box* bulan dan tahun. Selain itu terdapat tombol *ok* dan tombol *batal*.

Untuk *textbox event mall*, *textbox event hotel*, *textbox iklan koran*, *textbox sales Surabaya utara*, *textbox sales Surabaya barat*, *textbox sales Surabaya timur*, *textbox sales Surabaya selatan*, *textbox sales Surabaya tengah* dan *textbox hasil penjualan* diisi oleh *user* penjualan berupa data biaya pemasaran dan hasil penjualan dari pemasaran per bulan. Sehingga dari data tersebut bisa dibuatkan laporan pengeluaran dan untuk dilakukan proses analisis perhitungan data.

Kemudian untuk tombol simpan adalah untuk proses penyimpanan data pemasaran penjualan ke dalam *database*. Sedangkan tombol batal adalah proses batal untuk melakukan proses *input* pemasaran penjualan dan keluar dari *form* ini.

6. *Form Edit User*

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab edit* yang berisikan salah satunya adalah menu *form edit user*. *Form edit user* ini memiliki fungsi untuk melakukan proses perubahan nama *user* atau *username* yang diinginkan pada saat *login*. Selain itu fungsinya adalah untuk melakukan perubahan status *user* antara aktif atau tidak aktif. Fungsi yang lain adalah untuk melakukan proses *reset password* jika *user* lupa terhadap *password* baru yang sudah diganti. Hak akses dalam *form* ini hanya bisa dibuka oleh *user admin*. Berikut ini *form edit user* aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.6.

	Uername	User Level	Status
▶	pemasaran	pemasaran	<input checked="" type="checkbox"/>
	penjualan	Penjualan	<input checked="" type="checkbox"/>

Uername:

Password:

Status:

Reset Password OK Cancel

Gambar 4.6 *Form Edit User*

Pada *form edit user* ini memiliki *list view* berupa data *user* yang sudah tersimpan di dalam *database*. Terdapat juga *textbox* isian *username* baru jika terdapat keinginan untuk merubah *username* lama yang sudah tersimpan dalam *database*. Selain itu terdapat juga *textbox* tampilan berupa *password* yang tidak bisa untuk dirubah, bisa dirubah hanya dengan cara tekan tombol *reset password* dan hasilnya *password* berubah menjadi *default* yang sesuai dengan *username* juga. Selain *list view* dan *textbox*, terdapat juga *combo-box* yang berisikan aktif atau tidak aktif dari *user*. Selain itu terdapat tombol *ok*, tombol *cancel* dan tombol *reset password*. Untuk tombol *ok* adalah untuk proses penyimpanan data perubahan *user* ke dalam *database*. Sedangkan tombol *cancel* adalah proses batal untuk melakukan proses *edit user* dan keluar dari *form* ini.

7. Form Edit Pemasaran Penjualan

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab edit* yang berisikan salah satunya adalah menu *form edit* pemasaran penjualan. *Form edit* pemasaran penjualan ini memiliki fungsi untuk melakukan proses perubahan data *event mall*, *event hotel*, iklan koran, *sales Surabaya utara*, *sales Surabaya barat*, *sales Surabaya timur*, *sales Surabaya selatan*, *sales Surabaya tengah* dan hasil penjualan dari pemasaran tiap bulannya. Perubahan dilakukan jika terdapat salah masukan oleh *user* penjualan pada saat melakukan proses *input* di *form input* pemasaran penjualan. Kemudian perubahan data tersebut dilakukan penyimpanan pada *database*. Hak akses dalam *form* ini hanya bisa dibuka oleh *user* penjualan. Berikut ini *form edit* pemasaran penjualan aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.7.

Aplikasi Analisis Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan

Edit Pengeluaran

Bulan: Tahun:

Bulan	Tahun	Event Mall	Event Hotel	Iklan Koran	Sby Utara	Sby Tengah	Sby Timur	Sby Selatan	Sby Barat	Hasil Penjualan
Januari	2010	3.400.000	2.300.000	2.300.000	1.770.000	1.670.000	2.170.000	1.470.000	1.270.000	20.700.000
Februari	2010	3.400.000	2.300.000	5.500.000	1.770.000	1.670.000	2.170.000	1.470.000	1.270.000	31.450.000
Maret	2010	3.400.000	2.300.000	5.500.000	1.770.000	1.670.000	2.170.000	1.470.000	1.270.000	21.650.000
April	2010	7.500.000	2.700.000	5.500.000	1.770.000	1.670.000	2.170.000	1.470.000	1.270.000	23.870.000
Mei	2010	3.000.000	2.700.000	2.300.000	1.770.000	1.670.000	2.170.000	1.470.000	1.270.000	21.485.000
Juni	2010	3.000.000	2.700.000	2.300.000	1.770.000	1.570.000	2.170.000	1.470.000	1.370.000	16.145.000
Juli	2010	3.000.000	2.700.000	2.300.000	1.770.000	1.570.000	2.170.000	1.470.000	1.370.000	19.250.000
Agustus	2010	3.400.000	2.300.000	2.300.000	1.770.000	1.570.000	2.170.000	1.470.000	1.370.000	34.477.000
September	2010	3.400.000	2.300.000	2.300.000	1.770.000	1.570.000	2.170.000	1.470.000	1.370.000	22.212.000
Oktober	2010	11.050.000	2.300.000	2.300.000	1.770.000	1.570.000	2.170.000	1.470.000	1.370.000	28.595.000
November	2010	3.400.000	2.300.000	10.500.000	1.770.000	1.570.000	2.170.000	1.470.000	1.370.000	33.635.000
Desember	2010	3.400.000	2.300.000	5.500.000	1.770.000	1.570.000	2.170.000	1.470.000	1.370.000	27.750.000
Januari	2011	3.250.000	1.750.000	12.000.000	1.936.000	2.536.000	2.636.000	2.736.000	2.336.000	41.775.000

Pengeluaran

Event Mall	3.400.000	Sales Sby Tengah	1.670.000
Event Hotel	2.300.000	Sales Sby Timur	2.170.000
Iklan Koran	2.300.000	Sales Sby Selatan	1.470.000
Sales Sby Utara	1.770.000	Sales Sby Barat	1.270.000
Hasil Penjualan	20.700.000		

Gambar 4.7 Form Edit Pemasaran Penjualan

Pada *form edit* pemasaran penjualan ini memiliki *list view* berupa data *event mall*, *event hotel*, iklan koran, *sales* Surabaya utara, *sales* Surabaya barat, *sales* Surabaya timur, *sales* Surabaya selatan, *sales* Surabaya tengah dan hasil penjualan dari pemasaran tiap bulannya yang sudah tersimpan di dalam *database*. Terdapat juga *textbox* isian data *event mall*, *event hotel*, iklan koran, *sales* Surabaya utara, *sales* Surabaya barat, *sales* Surabaya timur, *sales* Surabaya selatan, *sales* Surabaya tengah dan hasil penjualan yang lama jika terdapat kesalahan masukan setelah proses penyimpanan *input* di dalam *form input* pemasaran penjualan untuk merubah data lama yang sudah tersimpan dalam *database*. Selain itu terdapat *combo-box* untuk *filter* bulan dalam mencari data yang ingin ditampilkan sesuai bulan yang dipilih.

Cara mengaktifkan *textbox* adalah dengan melakukan klik kiri pada *mouse* atau tekan *enter* pada *keyboard* data yang akan dirubah, kemudian dengan otomatis *textbox* akan aktif untuk bisa dilakukan perubahan dan terisi data yang lama dan sudah tersimpan di dalam *database* sebelumnya. Selain itu terdapat tombol simpan dan tombol batal. Untuk tombol simpan adalah untuk proses penyimpanan data perubahan biaya pemasaran dan hasil penjualan dari pemasaran tiap bulannya ke dalam *database*. Sedangkan tombol batal adalah proses batal untuk melakukan proses *edit* pemasaran penjualan dan keluar dari *form* ini.

8. *Form View User*

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab view* yang berisi menu *form view user*. *Form view user* ini memiliki fungsi untuk melakukan proses pemantauan *user* yang sudah terdaftar dan aktif atau tidak aktif statusnya. Hak akses dalam *form* ini hanya bisa dibuka oleh *user admin*. Berikut ini *form view user* aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.8.



Gambar 4.8 *Form View User*

Pada *form view user* ini memiliki *list view* berupa data *username*, *user level* dan status *user*. *List view* ini hanya sebuah tampilan tidak bisa untuk dilakukan *edit* data. Selain itu terdapat tombol tutup. Untuk tombol tutup berfungsi untuk keluar dari *form* ini.

9. Form Proses Perhitungan

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab* transaksi yang berisi menu *form* proses perhitungan. *Form* proses perhitungan ini memiliki fungsi untuk melakukan proses perhitungan dan analisis data. Selain itu fungsinya adalah untuk mengetahui hasil dari analisis data yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, analisis korelasi ganda, uji signifikansi F dan uji signifikansi T. Hak akses dalam *form* ini hanya bisa dibuka oleh *user* pemasaran. Berikut ini *form* proses perhitungan aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.9.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 X_8$$

$$Y = 35410591.2005 + 2.032 X_1 - 6.5582 X_2 + 1.275 X_3 + 10.1564 X_4 + 31.0073 X_5 - 29.49 X_6 - 52.2461 X_7 + 48.6587 X_8$$

Keterangan:
 Y = Hasil Penjualan Semua Pemasaran
 a = Konstanta
 $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7, b_8$ = Koefisien Regresi
 X_1 = Event Mall
 X_2 = Event Hotel
 X_3 = Iklan Koran

Pemasaran	Koefisien	Korelasi Terhadap Hasil Penjualan	Artinya
Event Mall	2.032	Positif	Semakin besar biaya event mall maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Event Hotel	-6.5582	Negatif	Semakin besar biaya event hotel maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Iklan Koran	1.275	Positif	Semakin besar biaya iklan koran maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Utara	10.1564	Positif	Semakin besar biaya sales Surabaya Utara maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Tengah	31.0073	Positif	Semakin besar biaya sales Surabaya Tengah maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Timur	-29.49	Negatif	Semakin besar biaya sales Surabaya Timur maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Sales Surabaya Selatan	-52.2461	Negatif	Semakin besar biaya sales Surabaya Selatan maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Sales Surabaya Barat	48.6587	Positif	Semakin besar biaya sales Surabaya Barat maka semakin bertambah besar hasil penjualan

Gambar 4.9 Form Proses Perhitungan

Pada *form* proses perhitungan memiliki tombol proses perhitungan dan beberapa tab analisis data yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, analisis korelasi ganda, uji signifikansi F dan uji signifikansi T. Selain itu terdapat simpan dan tombol batal. Untuk tombol proses perhitungan berfungsi untuk mengeluarkan hasil *output* secara bersamaan dari analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, analisis korelasi ganda, uji signifikansi F dan uji signifikansi T. Sedangkan tombol simpan berguna untuk menyimpan ke *database* hasil *output* dari proses perhitungan yang sudah dianalisis dari beberapa data di bulan tersebut, sehingga simpanan data tersebut akan berguna untuk pembuatan laporan analisis data. Untuk tombol batal berfungsi untuk proses batal untuk menyimpan *output* hasil perhitungan analisis data atau keluar dari *form* ini.

10. Form Laporan Pemasaran Penjualan

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab* laporan yang salah satunya berisikan menu *form* laporan pemasaran penjualan. *Form* laporan pemasaran penjualan ini memiliki fungsi untuk pengarsipan dokumen berupa dokumen laporan pengeluaran biaya pemasaran dan hasil penjualan dari pemasaran tiap bulannya. Dokumen laporan ini akan diserahkan ke manajer dan untuk pengarsipan di bagian penjualan. Hak akses dalam *form* laporan ini hanya bisa dibuka oleh *user* penjualan. Berikut ini *form* laporan pemasaran penjualan aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.10.

Apikasi Analisis Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan

Laporan Pemasaran dan Hasil Penjualan

Simple Filter: Bulan: -Semua-, Tahun: -Semua-
 Advance Filter: Bulan: Januari, Tahun: 2010 s/d
 Bulan: Oktober, Tahun: 2011

Main Report

LAPORAN PEMASARAN & HASIL PENJUALAN

PT. ASIALINDO TOUR & TRAVEL
 Jl. Raya Nginden No 67
 Surabaya
 Telp : 031-5997005
 Fax : 031-5997006

Bulan	Tahun	Event Mall	Event Hotel	Iklan Koran	Sby Utara	Sby Tengah	Sby Timur	Sby Selatan	Sby Barat	Hasil Penjualan
Januari	2010	3,400,000	2,300,000	2,300,000	1,770,000	1,670,000	2,170,000	1,470,000	1,270,000	20,700,000
Februari	2010	3,400,000	2,300,000	5,500,000	1,770,000	1,670,000	2,170,000	1,470,000	1,270,000	31,450,000
Maret	2010	3,400,000	2,300,000	5,500,000	1,770,000	1,670,000	2,170,000	1,470,000	1,270,000	21,650,000
April	2010	7,500,000	2,700,000	5,500,000	1,770,000	1,670,000	2,170,000	1,470,000	1,270,000	23,870,000
Mei	2010	3,000,000	2,700,000	2,300,000	1,770,000	1,670,000	2,170,000	1,470,000	1,270,000	21,485,000
Juni	2010	3,000,000	2,700,000	2,300,000	1,770,000	1,570,000	2,170,000	1,470,000	1,370,000	16,145,000
Juli	2010	3,000,000	2,700,000	2,300,000	1,770,000	1,570,000	2,170,000	1,470,000	1,370,000	19,250,000
Agustus	2010	3,400,000	2,300,000	2,300,000	1,770,000	1,570,000	2,170,000	1,470,000	1,370,000	34,477,000
September	2010	3,400,000	2,300,000	2,300,000	1,770,000	1,570,000	2,170,000	1,470,000	1,370,000	22,212,000
Oktober	2010	11,050,000	2,300,000	2,300,000	1,770,000	1,570,000	2,170,000	1,470,000	1,370,000	28,595,000
November	2010	3,400,000	2,300,000	10,500,000	1,770,000	1,570,000	2,170,000	1,470,000	1,370,000	33,635,000
Desember	2010	3,400,000	2,300,000	5,500,000	1,770,000	1,570,000	2,170,000	1,470,000	1,370,000	27,750,000
Januari	2011	3,250,000	1,750,000	12,000,000	1,936,000	2,536,000	2,636,000	2,736,000	2,336,000	41,775,000

Current Page No.:1 Total Page No.: 2 Zoom Factor:100%

Gambar 4.10 Form Laporan Pemasaran Penjualan

Pada *form* laporan pemasaran penjualan ini terdapat fitur tombol *export report* untuk memanggil *report* yang sudah ada di dalam komputer sehingga bisa ditampilkan di dalam *crystal report* program ini. Selain itu terdapat fitur tombol *print report* untuk melakukan proses cetak laporan sehingga bisa digunakan untuk penyerahan dokumen laporan ke manajer dan pengarsipan oleh bagian penjualan. Terdapat juga fitur tombol *go to next page*, *go to last page* dan *go to page*. Fitur tombol tersebut bisa berfungsi untuk melihat laporan jika laporan terdapat data yang sangat banyak sehingga tidak bisa tampil di halaman pertama.

11. Form Laporan Analisis Data

Pada *form* menu utama terdapat menu *tab* laporan yang salah satunya berisikan menu *form* laporan analisis data. *Form* laporan analisis data ini memiliki fungsi untuk pengarsipan dokumen berupa dokumen laporan analisis data tiap bulannya. Dokumen laporan ini akan diserahkan ke manajer, bagian penjualan dan

untuk pengarsipan di bagian pemasaran. Hak akses dalam *form* laporan ini hanya bisa dibuka oleh *user* pemasaran. Berikut ini *form* laporan analisis data aplikasi analisis pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan pada PT Asialindo Tour and Travel, seperti yang tampak pada Gambar 4.11.

Laporan Analisis Data

Filter
 Bulan: Tahun: Lihat

Main Report

LAPORAN ANALISIS DATA

PT. ASIALINDO TOUR & TRAVEL
 Jl. Raya Nginden 67
 Surabaya
 Telp. : 031-5997005
 Fax : 031-5997006
 Periode : September 2013

LAPORAN ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Pemasaran	Korelasi Terhadap Hasil Penjualan	Artinya
Event Mall	postif	Semakin besar biaya event mall maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Event Hotel	negatif	Semakin besar biaya event hotel maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Iklan Koran	postif	Semakin besar biaya iklan koran maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Utara	postif	Semakin besar biaya sales Surabaya Utara maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Tengah	postif	Semakin besar biaya sales Surabaya Tengah maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Timur	negatif	Semakin besar biaya sales Surabaya Timur maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Sales Surabaya Selatan	negatif	Semakin besar biaya sales Surabaya Selatan maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Sales Surabaya Barat	postif	Semakin besar biaya sales Surabaya barat maka semakin

Current Page No: 1 Total Page No: 1 Zoom Factor: 100%

Gambar 4.11 *Form* Laporan Analisis Data

Pada *form* laporan analisis data ini terdapat fitur tombol *export report* untuk memanggil *report* yang sudah ada di dalam komputer sehingga bisa ditampilkan di dalam *crystal report* program ini. Selain itu terdapat fitur tombol *print report* untuk melakukan proses cetak laporan sehingga bisa digunakan untuk penyerahan dokumen laporan ke manajer, bagian penjualan dan pengarsipan oleh bagian pemasaran. Terdapat juga fitur tombol *go to next page*, *go to last page* dan *go to page*. Fitur tombol tersebut bisa berfungsi untuk melihat laporan jika laporan terdapat data yang sangat banyak sehingga tidak bisa tampil di halaman pertama.

Selain fitur utama *crystal report* yang sudah muncul di dalam *form* laporan analisis data, terdapat juga fitur tambahan berupa fitur *filter*. Fitur *filter* ini terdiri dari *combo-box* bulan, tombol lihat dan tombol *detail*. *Combo-box* bulan merupakan pilihan bulan yang akan ditampilkan hasil rangkuman *output* analisis perhitungan data yang sudah tersimpan di dalam *database*. Bulan yang belum tersimpan di dalam proses perhitungan, maka di dalam *combo-box* bulan ini tidak akan tampil. Setelah memilih bulan yang akan ditampilkan hasil rangkuman *output* dalam bentuk laporan analisis data, maka tombol lihat akan aktif. Tombol lihat berfungsi untuk menampilkan laporan analisis data yang berisikan rangkuman *output* hasil analisis perhitungan data. Setelah tombol lihat ditekan klik kiri, maka dengan otomatis tombol *detail* akan aktif dan tampilan laporan akan muncul. Tombol *detail* berfungsi untuk melihat secara *detail* hasil *output* analisis perhitungan data dan tersambung ke dalam *form* perhitungan data.

4.4 Evaluasi Sistem

Tahapan evaluasi sistem terbagi menjadi dua yaitu evaluasi hasil uji coba sistem, evaluasi hasil uji coba kompatibilitas aplikasi dan analisa hasil uji coba sistem. Evaluasi hasil uji coba dilakukan untuk menguji kembali apakah semua *input* dari setiap kejadian pada aplikasi dapat menghasilkan *output* sesuai yang diharapkan dan analisis hasil uji coba sistem bertujuan untuk mengetahui apakah aplikasi yang dibuat telah sesuai dan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Sedangkan evaluasi hasil uji coba kompatibilitas aplikasi merupakan evaluasi aplikasi yang diuji kompatibilitas dengan berbagai OS *Windows*. Uji coba dilakukan dalam tahapan beberapa *test case* yang telah disiapkan sebelumnya.

4.4.1 Evaluasi Hasil Uji Coba Sistem

Untuk mendapatkan sistem yang sesuai dengan apa yang diharapkan maka dilakukan beberapa uji coba. Uji coba meliputi hasil pengujian terhadap *user admin*, hasil pengujian terhadap *user penjualan* dan hasil pengujian terhadap *user pemasaran*. Selain itu terdapat pengujian hasil *output* sistem dengan hasil *output* dari program statistika lain.

1. Hasil Uji Coba *User Administrator* atau IT

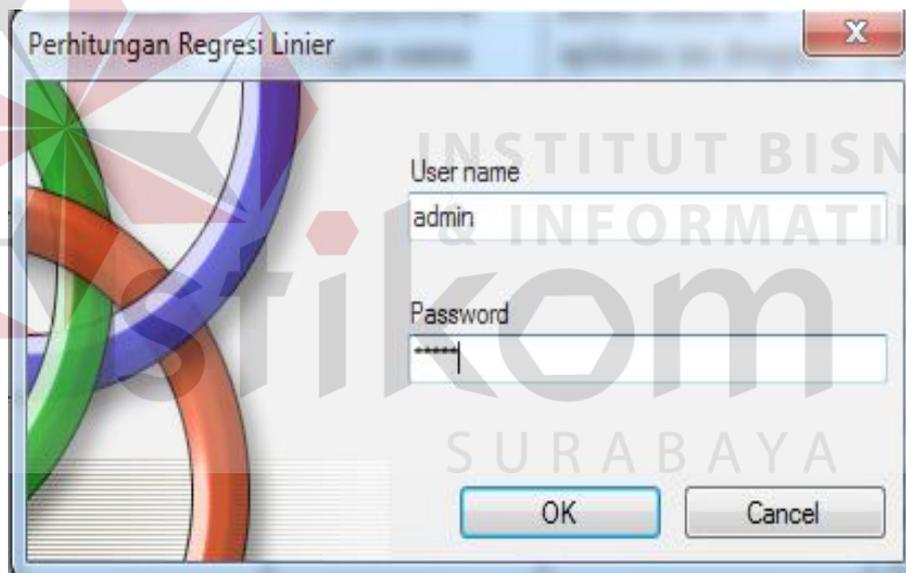
Hasil uji coba *user administrator* atau IT meliputi tujuan *user IT* dalam menggunakan aplikasi ini, proses *input* yang dilakukan *user IT* di dalam aplikasi, *output* yang diharapkan *user IT* dan status sistem berhasil tidaknya melakukan eksekusi perintah yang dilakukan oleh *user IT*. Berikut ini tabel hasil uji coba *user administrator* atau IT yang tampak pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Hasil Uji Coba *User Administrator*

No	Tujuan	Input	Output yang diharapkan	Status
1	Untuk bisa mengakses semua fitur menu yang ada di aplikasi.	<i>Login username</i> dan <i>password</i> dengan nama yang sama yaitu <i>admin</i> .	Bisa masuk ke <i>form</i> menu utama di aplikasi ini dengan bisa mengakses semua fitur yang ada di aplikasi ini.	Berhasil (Gambar 4.12 dan Gambar 4.13).
2	Pembuatan <i>user</i> baru.	<i>Create username</i> dan memilih <i>role</i> akses untuk <i>user</i> .	Terdapat <i>username</i> baru yang sudah dibuat di dalam <i>form view user</i> .	Berhasil (Gambar 4.14 dan Gambar 4.15)
3	Merubah status keaktifan <i>user</i> .	Status <i>user</i> .	Perubahan pada status <i>user</i> di <i>list view form view user</i> .	Berhasil (Gambar 4.16 dan Gambar 4.17).
4	Merubah nama di <i>username</i> .	<i>Username</i> .	Perubahan nama <i>username</i> yang tampak di <i>form list view user</i> .	Berhasil (Gambar 4.18 dan Gambar 4.19).

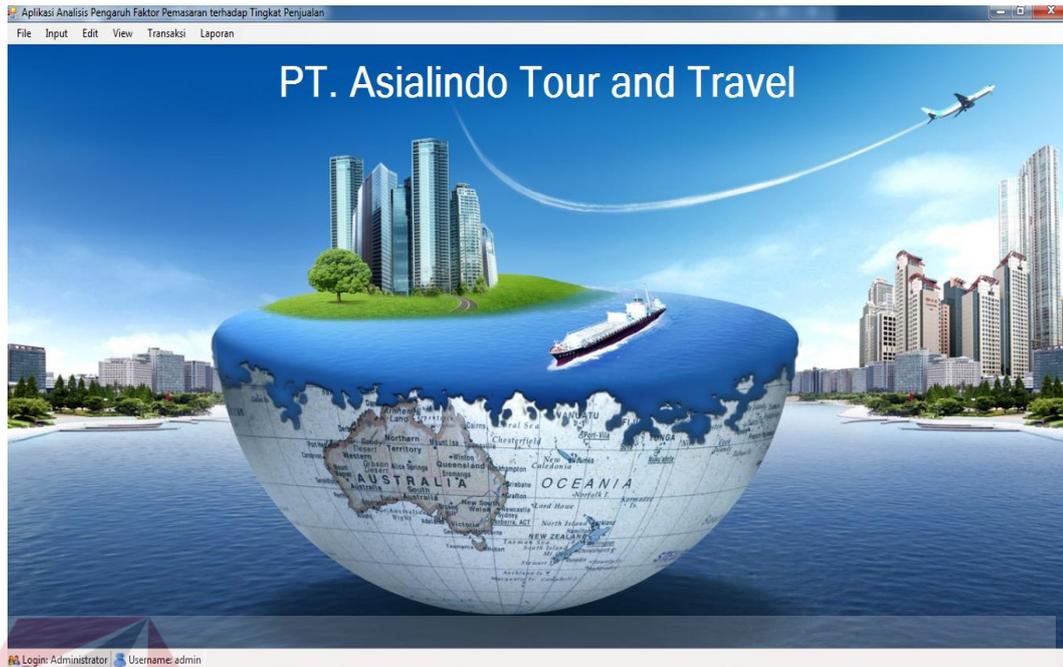
No	Tujuan	Input	Output yang diharapkan	Status
5	Merubah <i>password</i> .	<i>Password</i> baru.	Perubahan <i>password</i> , <i>login</i> menggunakan <i>password</i> baru.	Berhasil (Gambar 4.20 dan Gambar 4.21).
6	Melakukan <i>reset password</i> .	<i>Reset password</i> .	<i>Password</i> telah berubah menjadi <i>default</i> sesuai <i>role</i> .	Berhasil (Gambar 4.22).

Berikut ini bukti gambar dari hasil status selama proses uji coba aplikasi untuk akses *user* IT. Pada Gambar 4.12 dan Gambar 4.13 merupakan gambar bukti hasil uji coba *user* IT dengan tujuan untuk bisa mengakses semua fitur menu yang ada di aplikasi.



Gambar 4.12 Hasil Uji Coba *Login User* IT

Pada Gambar 4.12 menunjukkan hasil uji coba *login user* IT. *Login user* IT dengan mengisi *username* dan *password* dengan nama yang sama yaitu *admin*. Kemudian akan masuk ke *form* menu utama seperti yang tampak pada Gambar 4.13.



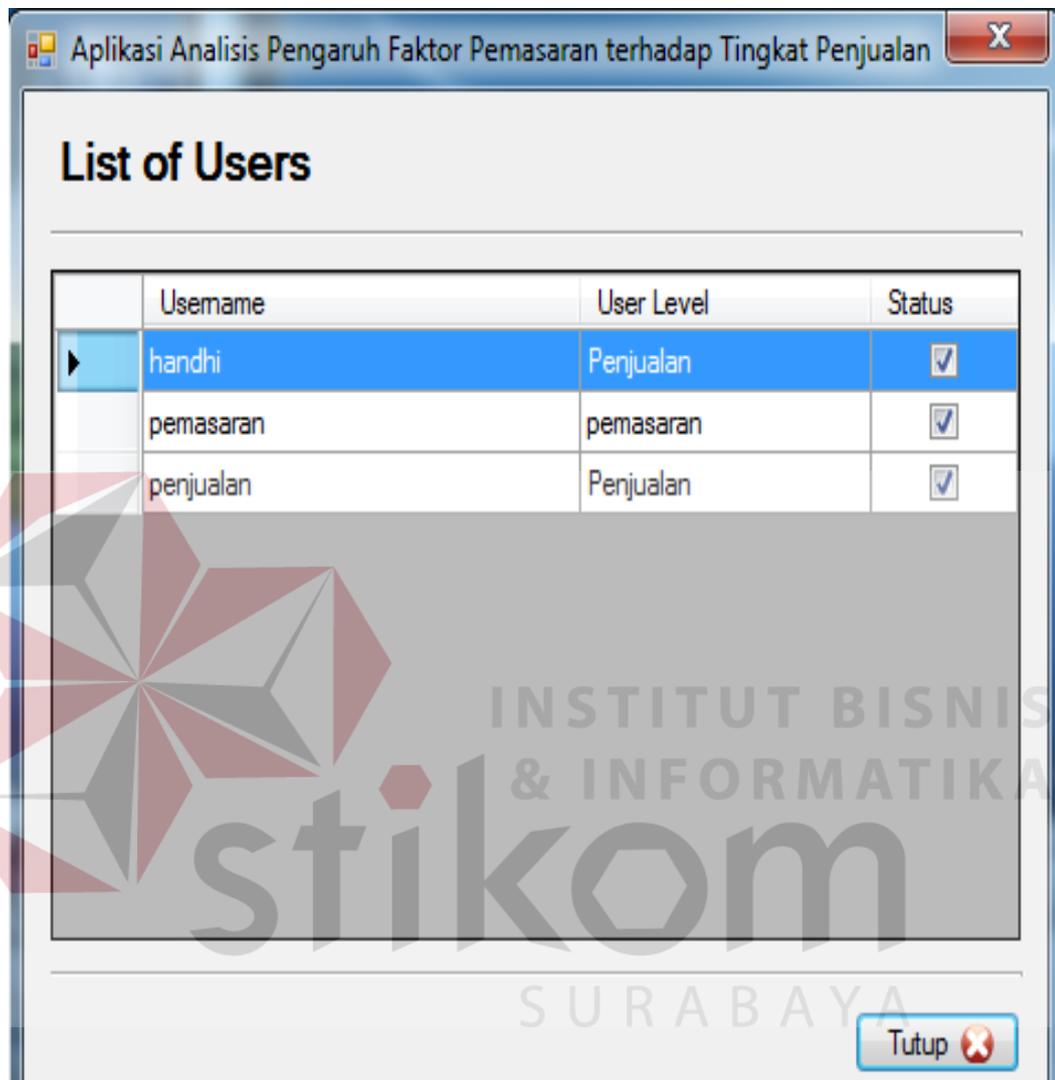
Gambar 4.13 Hasil Uji Coba *Form Menu Utama User IT*

Pada Gambar 4.13 menunjukkan hasil uji coba *form menu utama user IT*. Semua fitur menu akan terbuka dan dapat diakses oleh *user IT*. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user IT* adalah dengan bertujuan untuk membuat *user baru*, seperti yang tampak pada Gambar 4.14 dan Gambar 4.15.

Gambar 4.14 Hasil Uji Coba *Create User Pada User IT*

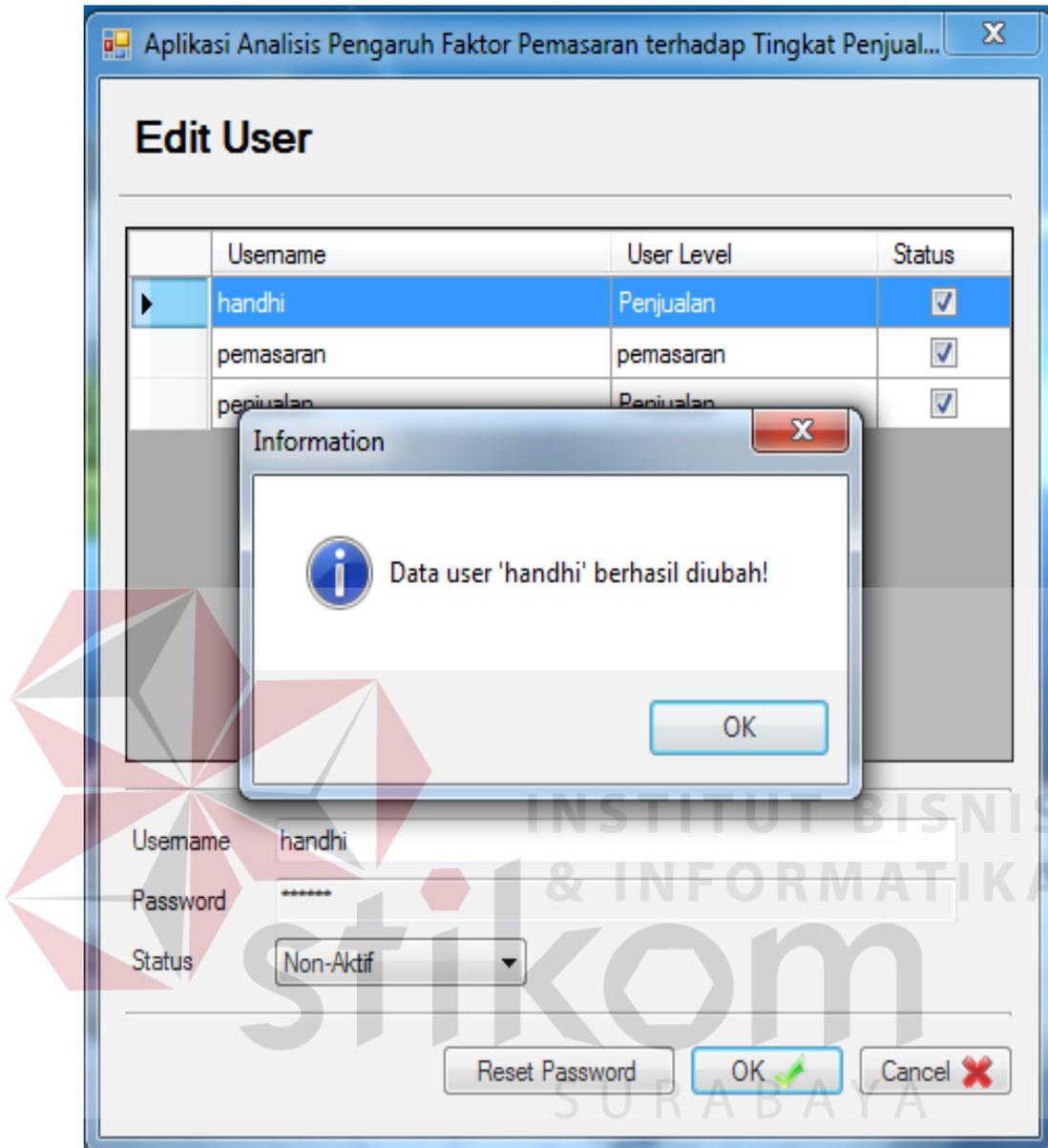
Pada Gambar 4.14 menunjukkan hasil uji coba *create user* pada *user IT*. *User IT* melakukan pengisian *username* untuk *user baru* dengan nama handhi dan

pengisian *role* untuk akses *user* dalam membuka aplikasi. Kemudian nama handhi sebagai *user* baru tampak pada Gambar 4.15.



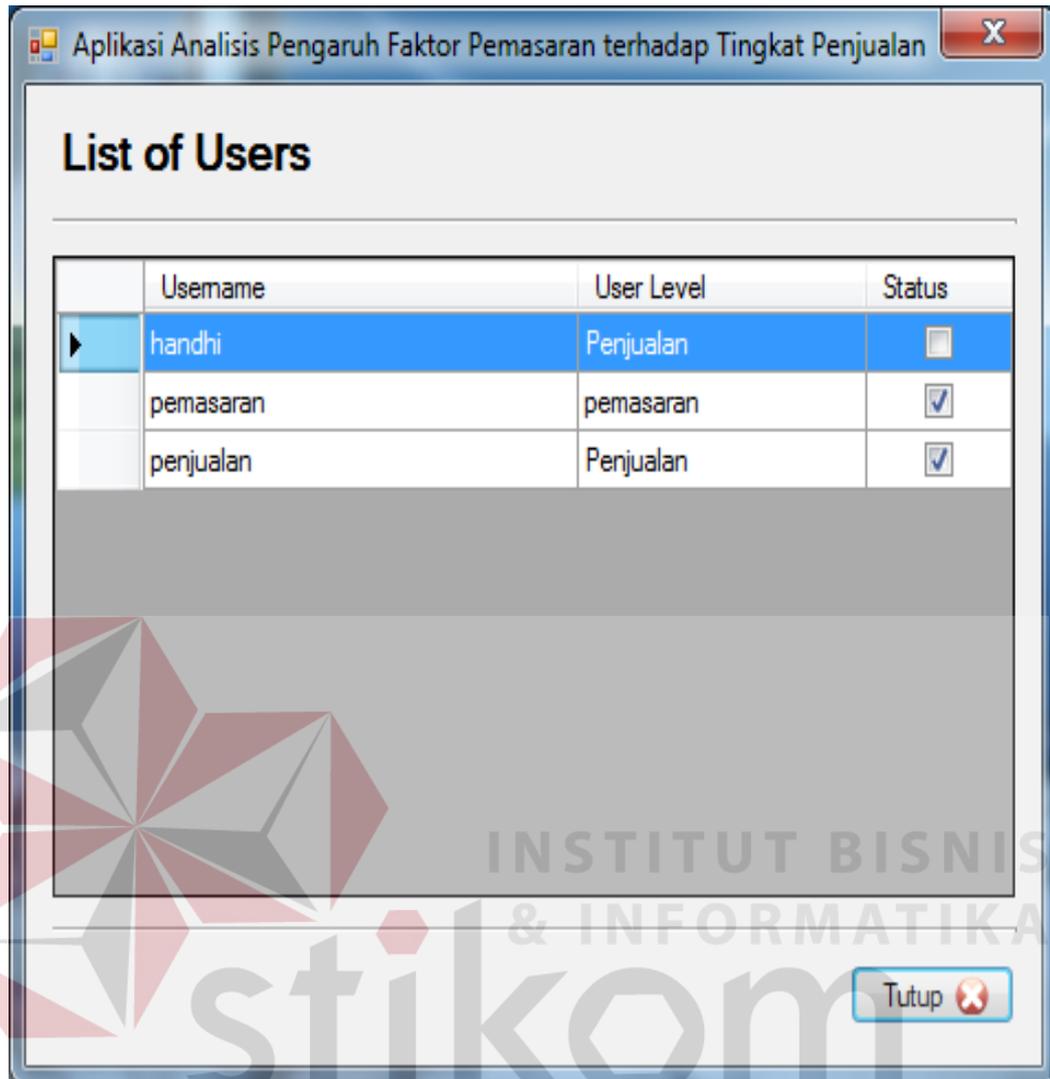
Gambar 4.15 Hasil Uji Coba Daftar *User* Baru Pada *User* IT

Pada Gambar 4.15 menunjukkan hasil uji coba daftar *user* baru pada *user* IT. Tampak pada *list view* untuk daftar *user* yang terdaftar terdapat nama handhi. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user* IT adalah pengujian yang bertujuan untuk membuat status *user* menjadi tidak aktif, seperti yang tampak pada Gambar 4.16 dan Gambar 4.17.



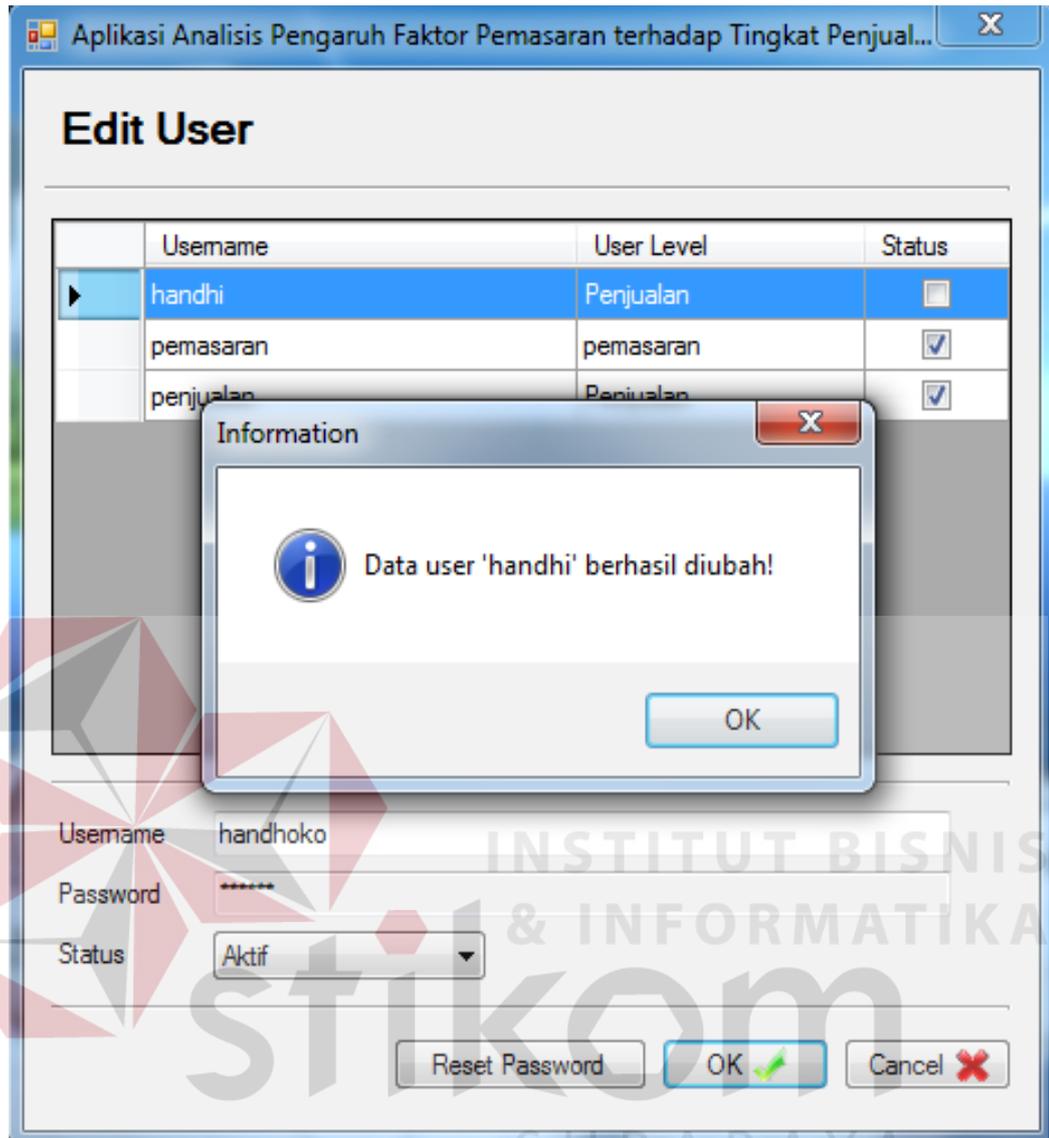
Gambar 4.16 Hasil Uji Coba *Edit Status User* Pada *User IT*

Pada Gambar 4.16 menunjukkan hasil uji coba *edit status user* pada *user IT*. *User IT* melakukan pengisian perubahan status *user* menjadi tidak aktif. Sebagai contoh *username* yang dilakukan uji coba untuk perubahan status *user* menjadi tidak aktif adalah *username handhi*. Kemudian tekan *ok* dan muncul pesan dari aplikasi yaitu data sudah diubah. Kemudian perubahan status *username handhi* menjadi tidak aktif tampak pada Gambar 4.17.



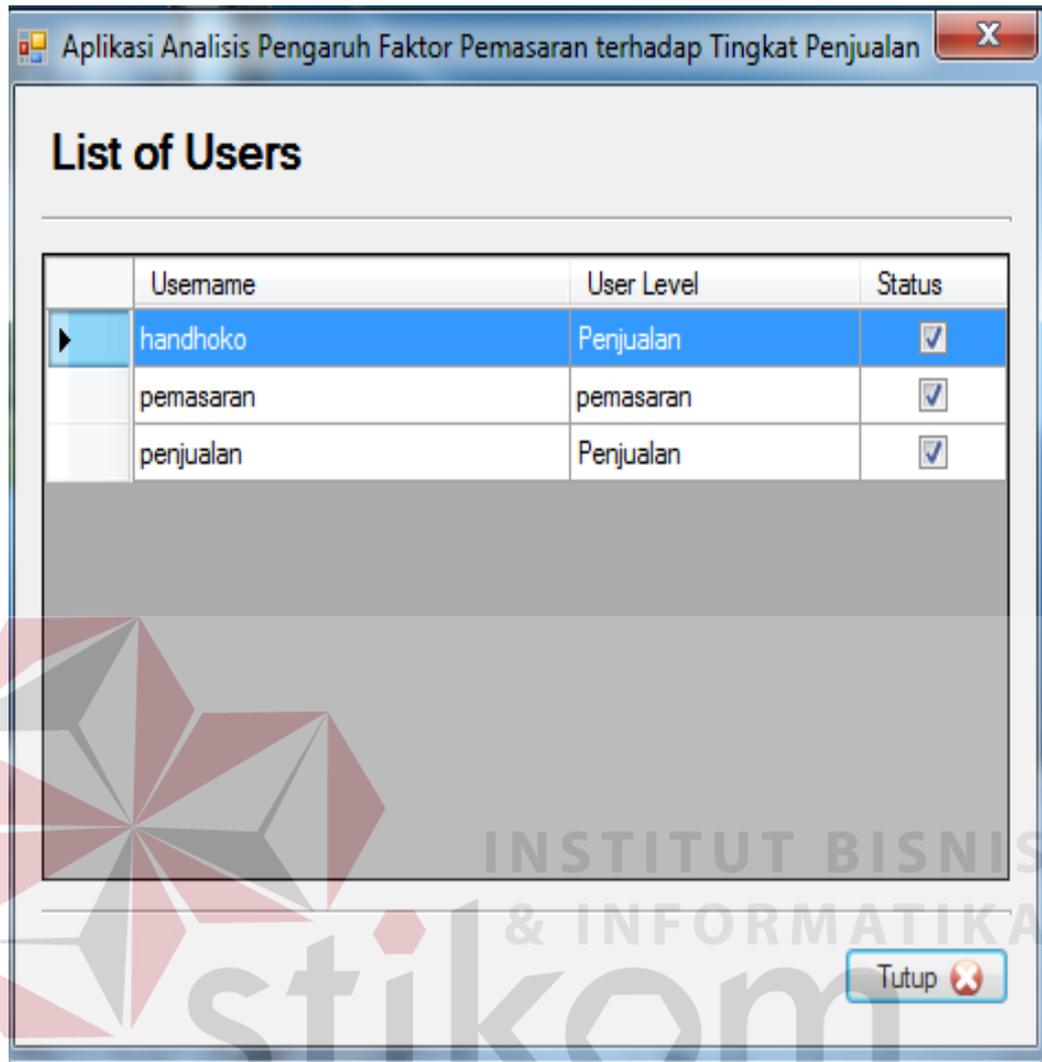
Gambar 4.17 Hasil Uji Coba Daftar *Edit Status User* Pada *User IT*

Pada Gambar 4.17 menunjukkan hasil uji coba daftar *edit status user* pada *user IT*. Tampak pada *list view* untuk *username handhi* yang terdaftar telah berubah statusnya menjadi tidak aktif, dengan bukti tidak ada centang di dalam kolom status *list view user*. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user IT* adalah pengujian yang bertujuan untuk merubah nama *user* pada *username*, seperti yang tampak pada Gambar 4.18 dan Gambar 4.19.



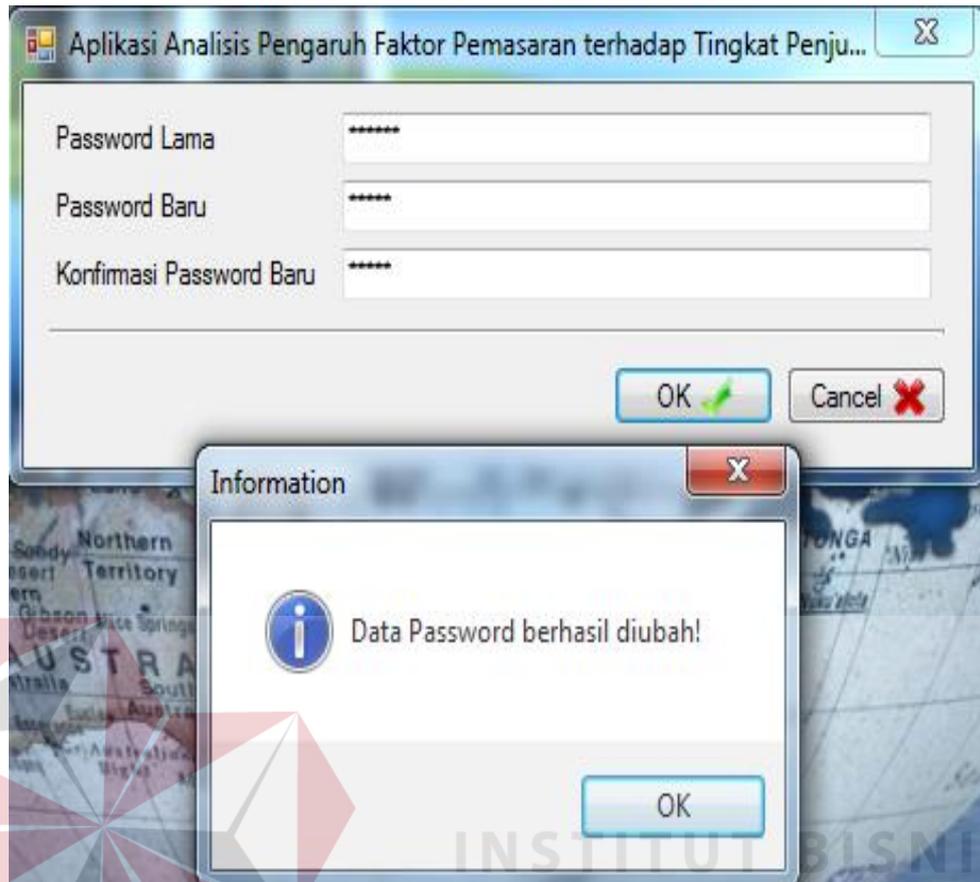
Gambar 4.18 Hasil Uji Coba *Edit Username* Pada *User IT*

Pada Gambar 4.18 menunjukkan hasil uji coba *edit username* pada *user IT*. *User IT* melakukan pengisian perubahan *username* lama menjadi *username* baru yang diinginkan. Sebagai contoh *username* yang dilakukan uji coba untuk perubahan *username* adalah *username* handhi menjadi *username* baru bernama handhoko. Kemudian tekan *ok* dan muncul pesan dari aplikasi yaitu data sudah diubah. Kemudian perubahan nama *username* handhi menjadi handhoko yang tampak pada Gambar 4.19.



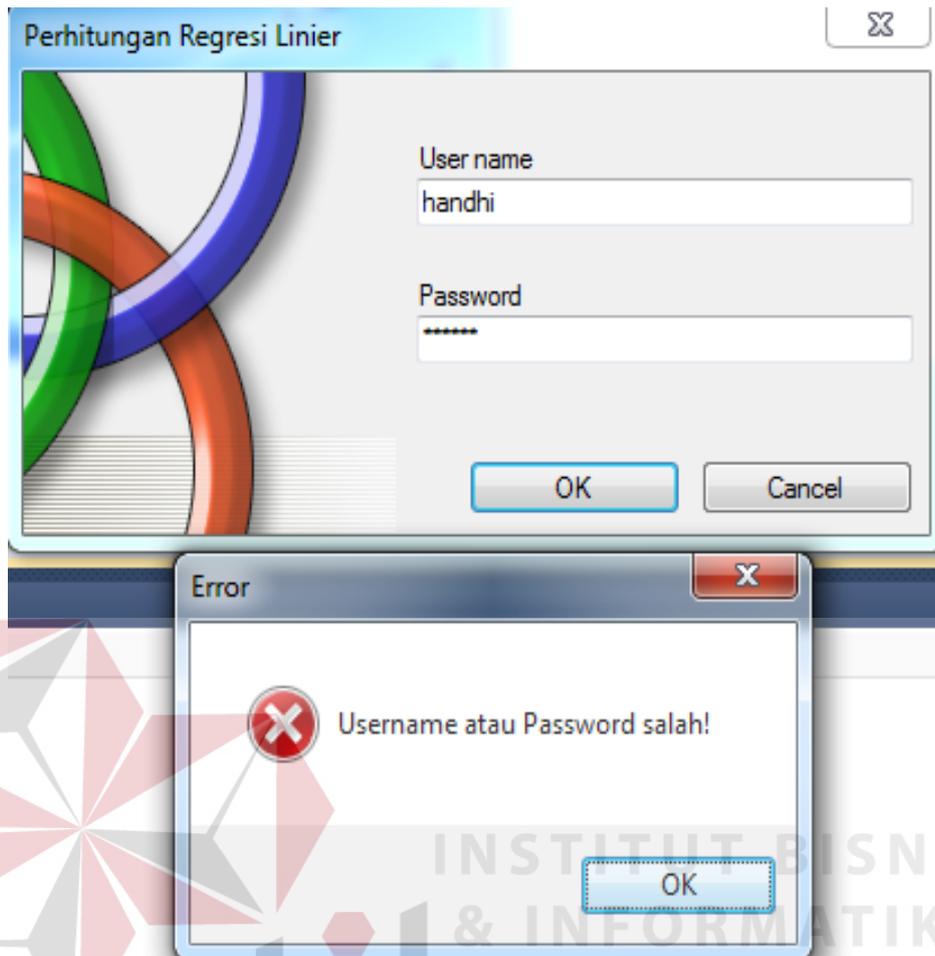
Gambar 4.19 Hasil Uji Coba Daftar *Edit Username* Pada *User IT*

Pada Gambar 4.19 menunjukkan hasil uji coba daftar *edit username* pada *user IT*. Tampak pada *list view* untuk *username* handhi yang terdaftar telah berubah nama *username* menjadi handhoko. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user IT* adalah pengujian yang bertujuan untuk merubah *password* pada *username* yang sedang melakukan *login user*, seperti yang tampak pada Gambar 4.20 dan Gambar 4.21.



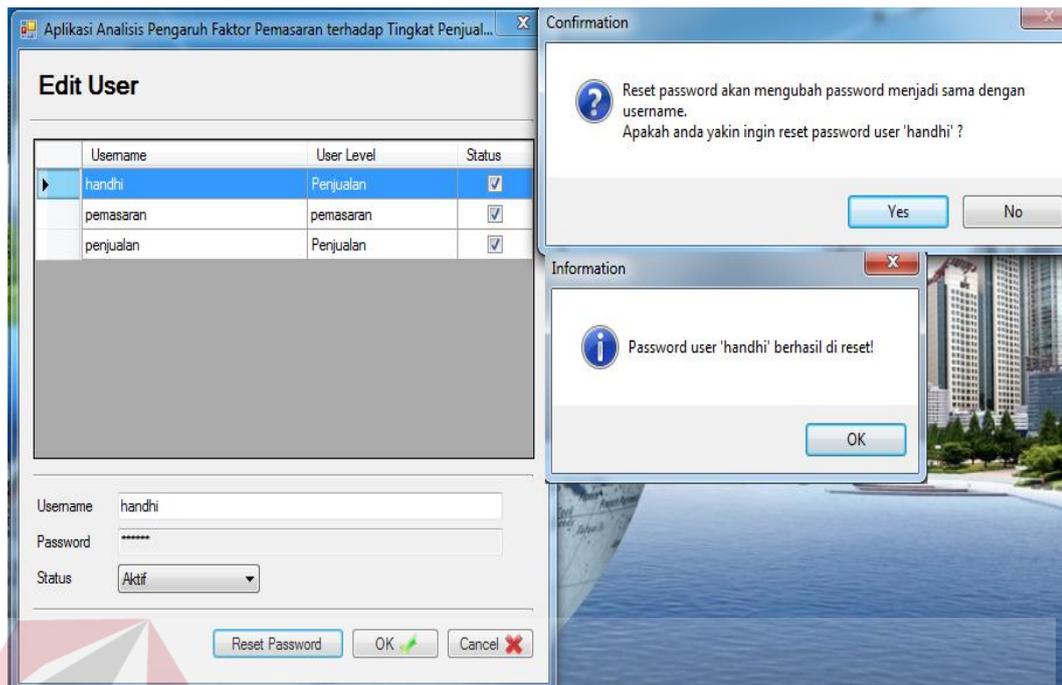
Gambar 4.20 Hasil Uji Coba Ganti *Password* Pada *User* IT

Pada Gambar 4.20 menunjukkan hasil uji coba ganti *password* pada *user* IT. *User* IT melakukan pengisian perubahan *password* lama menjadi *password* baru yang diinginkan. Sebagai contoh *password* yang dilakukan uji coba untuk perubahan *password* adalah *username* handhi dengan *password default* yang sama yaitu handhi menjadi *password* baru bernama admin. Kemudian tekan *ok* dan muncul pesan dari aplikasi yaitu data *password* sudah diubah. Kemudian perubahan *password* untuk *username* handhi saat *login* dengan menggunakan *password default* yaitu handhi, proses masuk ke aplikasi *form* menu utama tidak bisa, seperti yang tampak pada Gambar 4.21.



Gambar 4.21 Hasil Uji Coba *Login* Perubahan *Password* Pada *User IT*

Pada Gambar 4.21 menunjukkan hasil uji coba *login* perubahan *password* pada *user IT*. Tampak pada *form login* dalam pengisian *password* yang sesuai *default* yaitu sama dengan isian *username*, sistem *login* gagal dan tidak berhasil masuk ke *form* menu utama. Tapi jika *password* tersebut diganti dengan *password* baru yang sudah diganti, maka proses masuk ke *form* menu utama berhasil. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user IT* adalah pengujian yang bertujuan untuk melakukan *reset password* menjadi *default* yaitu sesuai dengan isian *username*, seperti yang tampak pada Gambar 4.22.



Gambar 4.22 Hasil Uji Coba *Reset Password* Pada *User IT*

Pada Gambar 4.22 menunjukkan hasil uji coba *reset password* pada *user IT*. Tampak pada pesan yang ditampilkan oleh sistem adalah *password* dilakukan proses *reset* menjadi *default* yaitu sesuai dengan isian nama *username*, sehingga *password* baru yang sudah diubah akan berubah menjadi *password default* yaitu *password* yang sesuai dengan nama isian *username*. Kemudian pengujian selanjutnya adalah pengujian hasil uji coba *user penjualan*, seperti yang tampak pada Tabel 4.2.

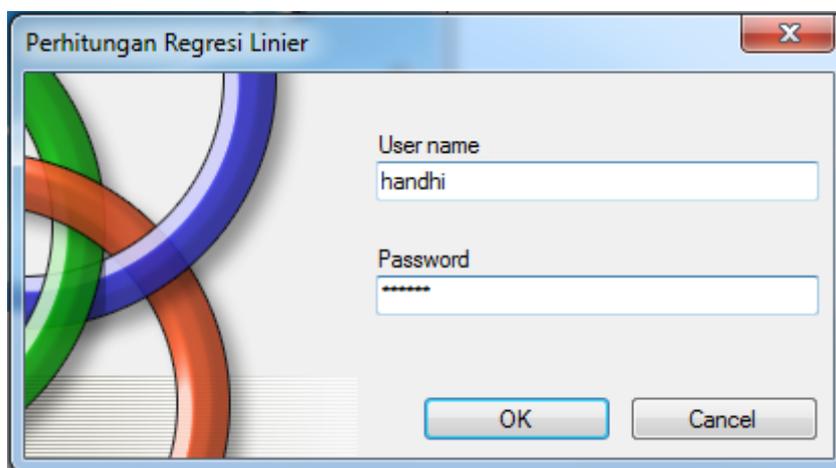
2. Hasil Uji Coba *User Penjualan*

Hasil uji coba *user penjualan* meliputi tujuan *user penjualan* dalam menggunakan aplikasi ini, proses *input* yang dilakukan *user penjualan* di dalam aplikasi, *output* yang diharapkan oleh *user penjualan* dan status sistem berhasil tidaknya melakukan eksekusi perintah yang dilakukan oleh *user penjualan*. Berikut ini tabel hasil uji coba *user penjualan* seperti yang tampak pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil Uji Coba *User* Penjualan

No	Tujuan	Input	Output yang diharapkan	Status
1	Untuk bisa mengakses beberapa fitur menu yang ada di aplikasi.	<i>Login username</i> dan <i>password</i> dengan nama yang sama yaitu handhi.	Bisa masuk ke <i>form</i> menu utama di aplikasi ini dengan bisa mengakses beberapa fitur yang ada di aplikasi ini.	Berhasil (Gambar 4.23 dan Gambar 4.24).
2	Merubah <i>password</i> .	<i>Password</i> baru.	Perubahan <i>password</i> , <i>login</i> menggunakan <i>password</i> baru.	Berhasil (Gambar 4.25 dan Gambar 4.26).
3	Melakukan penambahan data pemasaran dan hasil penjualan.	Data pemasaran dan hasil penjualan.	Terdapat penambahan data baru di <i>form</i> laporan pemasaran penjualan.	Berhasil (Gambar 4.27 dan Gambar 4.28).
4	Melakukan perubahan data pemasaran dan hasil penjualan.	Perubahan data pemasaran dan hasil penjualan.	Terdapat perubahan data baru di <i>form edit</i> pemasaran penjualan.	Berhasil (Gambar 4.29 dan Gambar 4.30).

Berikut ini bukti gambar dari hasil status selama proses uji coba aplikasi untuk akses *user* penjualan. Pada Gambar 4.23 dan Gambar 4.24 merupakan gambar bukti hasil uji coba *user* penjualan dengan tujuan untuk bisa mengakses semua beberapa menu yang ada di aplikasi.

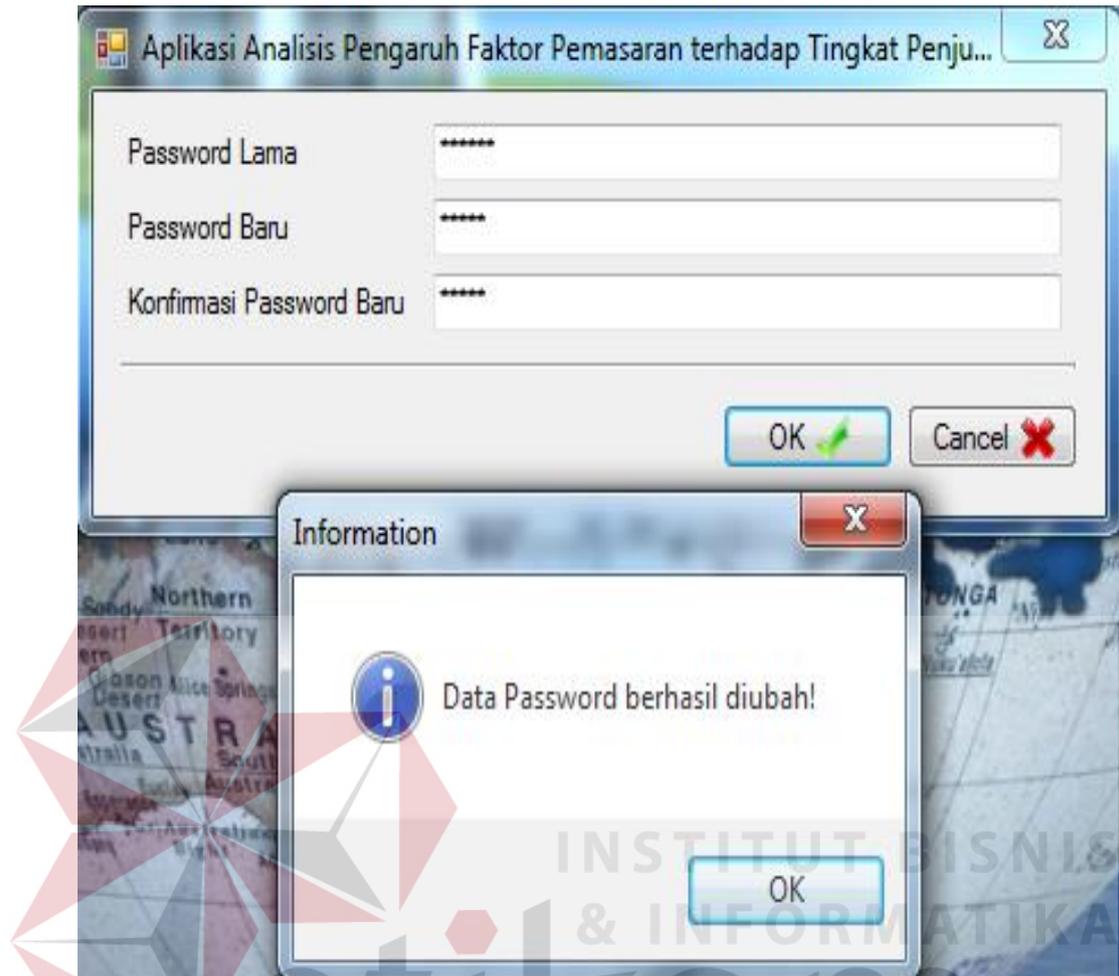
Gambar 4.23 Hasil Uji Coba *Login User* Penjualan

Pada Gambar 4.23 menunjukkan hasil uji coba *login user* penjualan. *Login user* penjualan dengan mengisi *username* dan *password* dengan nama yang sama yaitu handhi. Kemudian akan masuk ke *form* menu utama seperti yang tampak pada Gambar 4.24.



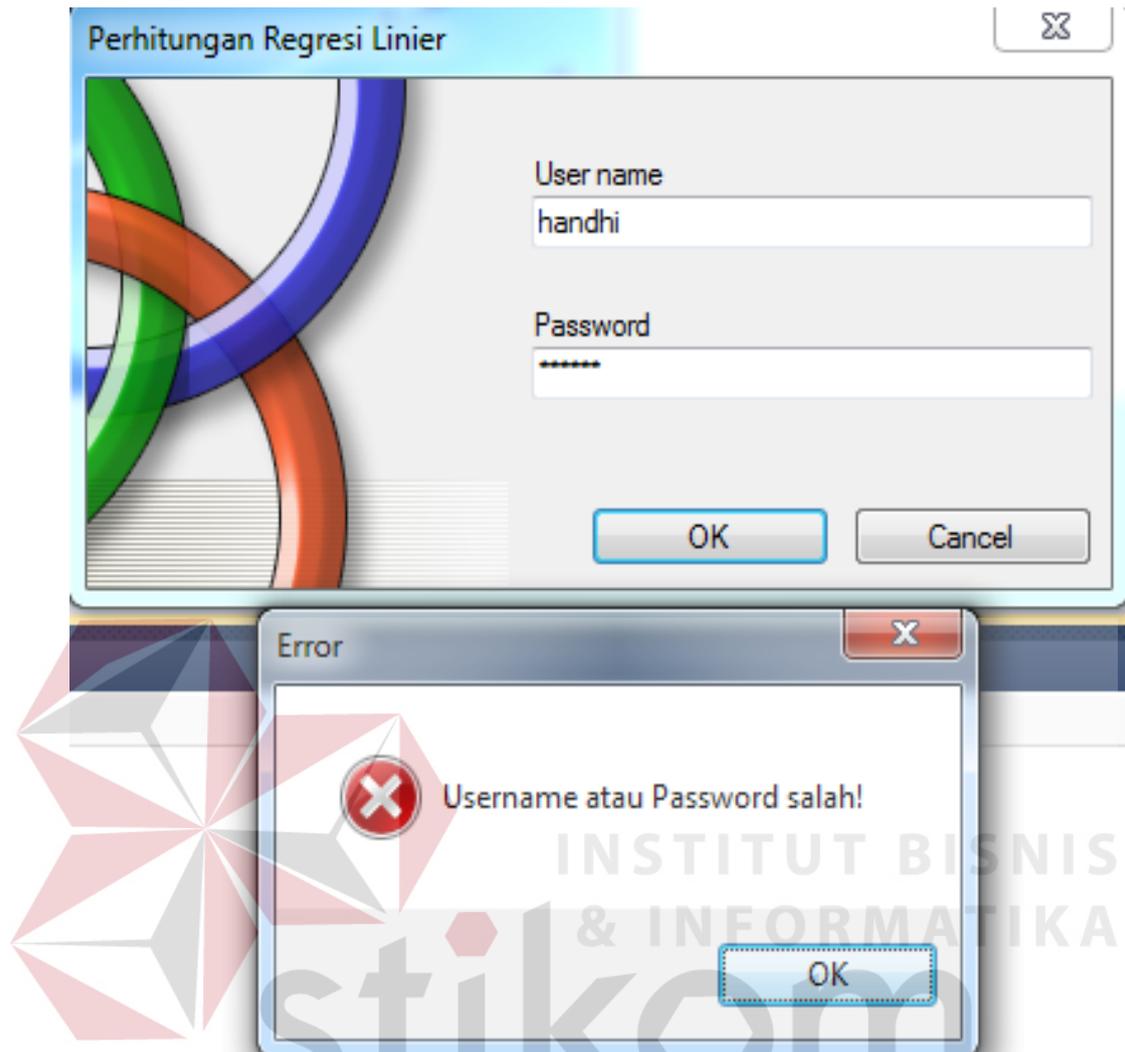
Gambar 4.24 Hasil Uji Coba *Form* Menu Utama *User* Penjualan

Pada Gambar 4.24 menunjukkan hasil uji coba *form* menu utama *user* penjualan. Hanya beberapa fitur menu yang bisa terbuka dan dapat diakses oleh *user* penjualan. *Form* menu utama ini sesuai dengan hak akses *user* penjualan yang hanya bisa mengakses beberapa fitur menu saja. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user* penjualan adalah pengujian yang bertujuan untuk merubah *password* baru, seperti yang tampak pada Gambar 4.25 dan Gambar 4.26.



Gambar 4.25 Hasil Uji Coba Ganti *Password* Pada *User* Penjualan

Pada Gambar 4.25 menunjukkan hasil uji coba ganti *password* pada *user* penjualan. *User* penjualan melakukan pengisian perubahan *password* lama menjadi *password* baru yang diinginkan. Sebagai contoh *password* yang dilakukan uji coba untuk perubahan *password* adalah *username* handhi dengan *password default* yang sama yaitu handhi menjadi *password* baru bernama handi. Kemudian tekan *ok* dan muncul pesan dari aplikasi yaitu data *password* sudah diubah. Kemudian perubahan *password* untuk *username* handhi saat *login* dengan menggunakan *password default* yaitu handhi, proses masuk ke aplikasi *form* menu utama tidak bisa, seperti yang tampak pada Gambar 4.26.



Gambar 4.26 Hasil Uji Coba *Login* Perubahan *Password* Pada *User* Penjualan

Pada Gambar 4.26 menunjukkan hasil uji coba *login* perubahan *password* pada *user* penjualan. Tampak pada *form login* dalam pengisian *password* yang sesuai *default* yaitu sama dengan isian *username*, sistem *login* gagal dan tidak berhasil masuk ke *form* menu utama. Tapi jika *password* tersebut diganti dengan *password* baru yang sudah diganti, maka proses masuk ke *form* menu utama berhasil. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user* penjualan adalah pengujian yang bertujuan untuk melakukan penambahan data pengeluaran, seperti yang tampak pada Gambar 4.27 dan Gambar 4.28.

Aplikasi Analisis Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan

Input Pemasaran & Hasil Penjualan

Bulan:

Pengeluaran

Event Mall	<input type="text" value="4,000,000"/>	Sales Sby Tengah	<input type="text" value="3,344,000"/>
Event Hotel	<input type="text" value="2,000,000"/>	Sales Sby Timur	<input type="text" value="3,444,000"/>
Iklan Koran	<input type="text" value="2,800,000"/>	Sales Sby Selatan	<input type="text" value="3,544,000"/>
Sales Sby Utara	<input type="text" value="2,644,000"/>	Sales Sby Barat	<input type="text" value="3,244,000"/>

Hasil Penjualan:

Gambar 4.27 Hasil Uji Coba *Input* Pengeluaran Pada *User* Penjualan

Pada Gambar 4.27 menunjukkan hasil uji coba *input* pengeluaran pada *user* penjualan. *User* penjualan melakukan pengisian data pemasaran dan hasil penjualan untuk kemudian disimpan ke dalam *database*. Sebagai contoh data yang akan dimasukan oleh *user* adalah data bulan September tahun 2013 dengan perincian sebagai berikut: data *event* mall sebesar 4.000.000, data *event* hotel sebesar 2.000.000, data iklan koran sebesar 2.800.000, data *sales* Surabaya utara sebesar 2.644.000, data *sales* Surabaya tengah sebesar 3.344.000, data *sales* Surabaya timur sebesar 3.444.000, data *sales* Surabaya selatan sebesar 3.544.000, data *sales* Surabaya barat sebesar 3.244.000 dan data hasil penjualan sebesar 31.690.000. Setelah *user* mengisi semua *textbox* dan *combo-box* yang tersedia di *form* ini, langkah selanjutnya adalah melakukan penyimpanan dengan menekan

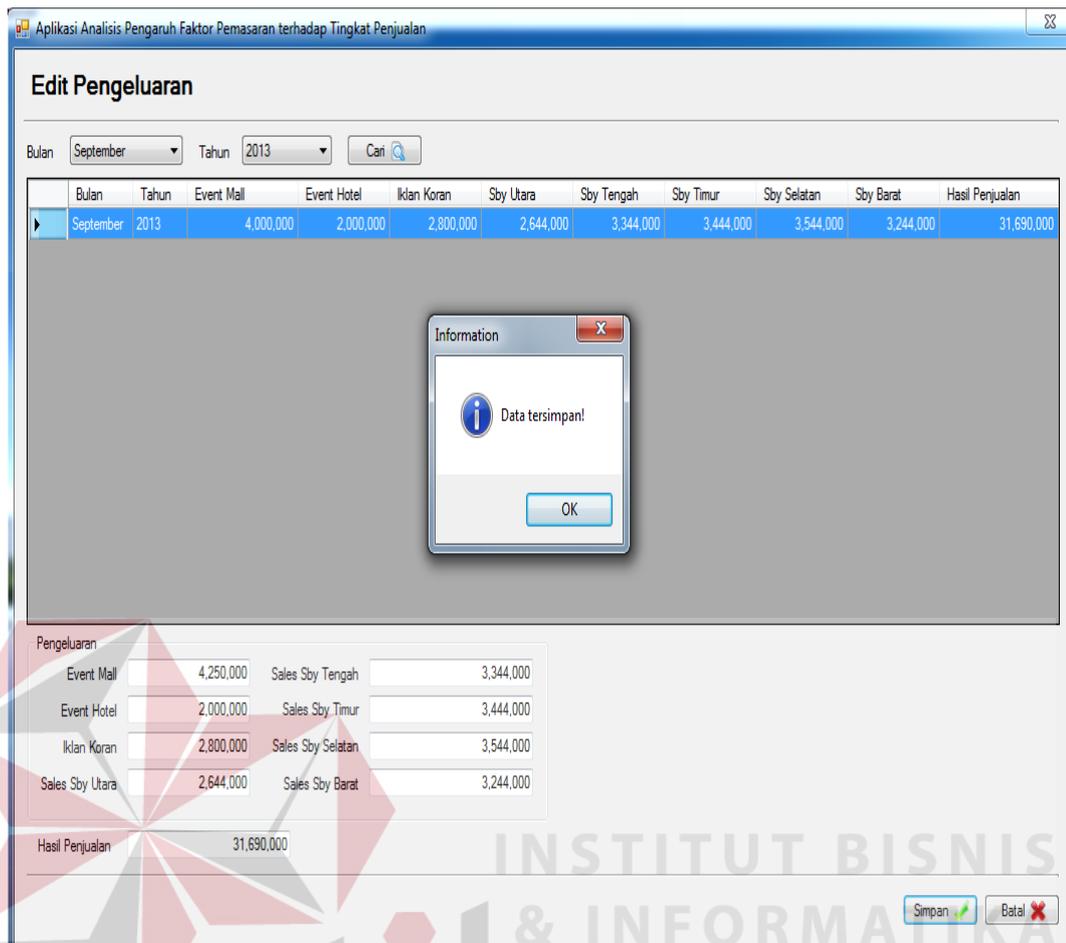
tombol simpan. Kemudian data akan bertambah dan tersimpan dalam *database* dengan masukan bulan September 2013. Data tersebut dapat terlihat di *form* laporan pemasaran penjualan seperti yang tampak pada Gambar 4.28.

The screenshot displays a SAP Crystal Reports window titled 'Aplikasi Analisis Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan'. The main report is 'Laporan Pemasaran dan Hasil Penjualan'. The data table shows sales figures for each month from February 2012 to September 2013. The values are presented in a grid format with multiple columns of data for each month.

Month	Year	Col 1	Col 2	Col 3	Col 4	Col 5	Col 6	Col 7	Col 8	Col 9	Col 10
Februari	2012	3,750,000	1,750,000	3,300,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	24,950,000	
Maret	2012	3,750,000	1,750,000	3,300,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	27,850,000	
April	2012	6,000,000	3,000,000	13,000,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	44,150,000	
Mei	2012	12,000,000	3,000,000	12,500,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	50,750,000	
Juni	2012	8,400,000	3,000,000	12,500,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	47,450,000	
Juli	2012	3,750,000	1,750,000	3,300,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	54,950,000	
Agustus	2012	3,750,000	1,750,000	3,300,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	30,800,000	
September	2012	3,750,000	1,750,000	3,300,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	22,570,000	
Oktober	2012	3,750,000	1,750,000	3,300,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	34,150,000	
November	2012	12,000,000	3,000,000	12,500,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	42,680,000	
Desember	2012	3,750,000	1,750,000	12,500,000	1,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	2,880,000	38,245,000	
Januari	2013	4,000,000	2,000,000	2,800,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	33,035,000	
Februari	2013	8,500,000	2,000,000	4,200,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	30,900,000	
Maret	2013	8,500,000	2,000,000	14,000,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	82,343,500	
April	2013	7,000,000	2,000,000	14,000,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	44,504,000	
Mei	2013	16,000,000	2,000,000	2,800,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	76,800,000	
Juni	2013	5,000,000	2,000,000	2,800,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	35,950,000	
Juli	2013	4,000,000	2,000,000	14,000,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	54,150,000	
Agustus	2013	4,000,000	2,000,000	14,000,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	41,267,000	
September	2013	4,000,000	2,000,000	2,800,000	2,644,000	3,344,000	3,444,000	3,544,000	3,244,000	31,690,000	

Gambar 4.28 Hasil Uji Coba Hasil *Output* Laporan Pemasaran Penjualan *User* Penjualan

Pada Gambar 4.28 menunjukkan hasil uji coba *output* laporan pemasaran penjualan pada *user* penjualan. Tampak pada *form* laporan pemasaran penjualan ini terdapat penambahan data bulan September 2013 dengan rincian sesuai dengan masukan yang dilakukan *user* penjualan sebelumnya. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user* penjualan adalah pengujian yang bertujuan untuk melakukan perubahan data pemasaran dan hasil penjualan, seperti yang tampak pada Gambar 4.29 dan Gambar 4.30.



Gambar 4.29 Hasil Uji Coba *Edit* Pemasaran Penjualan Pada *User* Penjualan

Pada Gambar 4.29 menunjukkan hasil uji coba *edit* pemasaran penjualan pada *user* penjualan. *User* penjualan melakukan perubahan data pemasaran penjualan untuk kemudian disimpan ke dalam *database*. Sebagai contoh data yang akan dirubah oleh *user* adalah data bulan September 2013 pada data *event* mall dari yang sebelumnya sebesar 4.000.000 menjadi sebesar 4.250.000. Kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan penyimpanan dengan menekan tombol simpan. Kemudian terdapat pesan dari sistem berupa tampilan kalau data sudah tersimpan, selanjutnya data akan berubah dan tersimpan ke dalam *database*. Data tersebut dapat terlihat di *form edit* pengeluaran seperti yang tampak pada Gambar 4.30.

The screenshot shows a web application window titled 'Aplikasi Analisis Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan'. The main section is 'Edit Pengeluaran'. At the top, there are dropdown menus for 'Bulan' (September) and 'Tahun' (2013), along with a search button. Below this is a table with the following data:

Bulan	Tahun	Event Mall	Event Hotel	Iklan Koran	Sby Utara	Sby Tengah	Sby Timur	Sby Selatan	Sby Barat	Hasil Penjualan
September	2013	4.250.000	2.000.000	2.800.000	2.644.000	3.344.000	3.444.000	3.544.000	3.244.000	31.690.000

Below the table is a form for editing expenses, labeled 'Pengeluaran'. It contains input fields for: Event Mall, Event Hotel, Iklan Koran, Sales Sby Utara, Sales Sby Tengah, Sales Sby Timur, Sales Sby Selatan, and Sales Sby Barat. There is also a field for 'Hasil Penjualan'. At the bottom right of the form are 'Simpan' and 'Batal' buttons.

Gambar 4.30 Uji Coba Hasil *Edit* Pemasaran Penjualan Pada *User* Penjualan

Pada Gambar 4.30 menunjukkan hasil uji coba hasil *edit* pemasaran penjualan pada *user* penjualan. Tampak pada *form edit* pemasaran penjualan di *list view* pemasaran penjualan terdapat perubahan data bulan September 2013 dengan rincian sesuai dengan *update* yang dilakukan *user* penjualan sebelumnya. Kemudian pengujian selanjutnya adalah pengujian yang dilakukan oleh *user* pemasaran dengan rincian yang tampak pada Tabel 4.3.

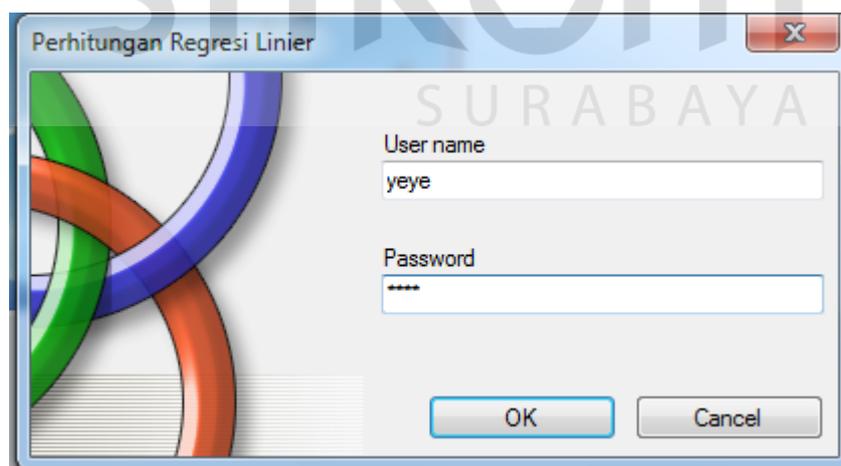
3. Hasil Uji Coba *User* Pemasaran

Hasil uji coba *user* pemasaran meliputi tujuan *user* pemasaran dalam menggunakan aplikasi ini, proses *input* yang dilakukan *user* pemasaran di dalam aplikasi, *output* yang diharapkan oleh *user* pemasaran dan status sistem berhasil tidaknya melakukan eksekusi perintah yang dilakukan oleh *user* pemasaran. Berikut ini tabel hasil uji coba *user* pemasaran seperti yang tampak pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Hasil Uji Coba *User Pemasaran*

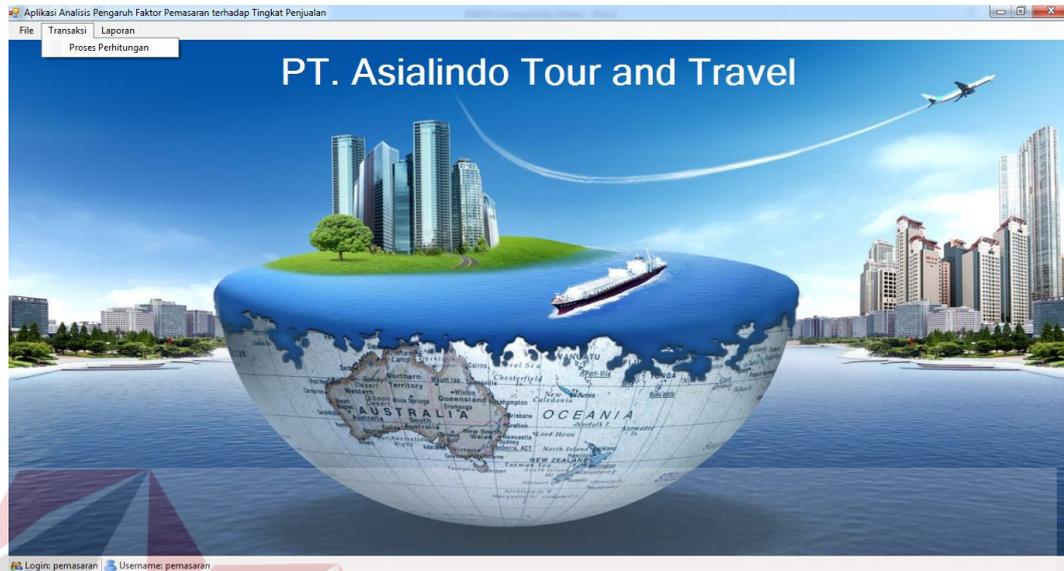
No	Tujuan	Input	Output yang diharapkan	Status
1	Untuk bisa mengakses beberapa fitur menu yang ada di aplikasi.	<i>Login username</i> dan <i>password</i> dengan nama yang sama yaitu <i>yeye</i> .	Bisa masuk ke <i>form</i> menu utama di aplikasi ini dengan bisa mengakses beberapa fitur yang ada di aplikasi ini.	Berhasil (Gambar 4.31 dan Gambar 4.32).
2	Merubah <i>password</i> .	<i>Password</i> baru.	Perubahan <i>password</i> , <i>login</i> menggunakan <i>password</i> baru.	Berhasil (Gambar 4.33 dan Gambar 4.34).
3	Melakukan penyimpanan <i>output</i> dalam bentuk laporan.	Hasil <i>output</i> analisis perhitungan data.	Kesimpulan rangkuman pada laporan sesuai dengan hasil analisis perhitungan data.	Berhasil (Gambar 4.35 dan Gambar 4.36).

Berikut ini bukti gambar dari hasil status selama proses uji coba aplikasi untuk akses *user* pemasaran. Pada Gambar 4.31 dan Gambar 4.32 merupakan gambar bukti hasil uji coba *user* pemasaran dengan tujuan untuk bisa mengakses beberapa menu yang ada di aplikasi.

Gambar 4.31 Hasil Uji Coba *Login User Pemasaran*

Pada Gambar 4.31 menunjukkan hasil uji coba *login user* pemasaran. *Login user* pemasaran dengan mengisi *username* dan *password* dengan nama yang sama

yaitu yeye. Kemudian akan masuk ke *form* menu utama seperti yang tampak pada Gambar 4.32.



Gambar 4.32 Hasil Uji Coba *Form* Menu Utama *User* Pemasaran

Pada Gambar 4.32 menunjukkan hasil uji coba *form* menu utama *user* pemasaran. Hanya beberapa fitur menu yang bisa terbuka dan dapat diakses oleh *user* pemasaran. *Form* menu utama ini sesuai dengan hak akses *user* pemasaran yang hanya bisa mengakses beberapa fitur menu saja. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user* pemasaran adalah pengujian yang bertujuan untuk merubah *password* baru, seperti yang tampak pada Gambar 4.33 dan Gambar 4.34.



Gambar 4.33 Hasil Uji Coba Ganti *Password* Pada *User* Pemasaran

Pada Gambar 4.33 menunjukkan hasil uji coba ganti *password* pada *user* pemasaran. *User* pemasaran melakukan pengisian perubahan *password* lama menjadi *password* baru yang diinginkan. Sebagai contoh *password* yang dilakukan uji coba untuk perubahan *password* adalah *username* *yeye* dengan *password default* yang sama yaitu *yeye* menjadi *password* baru bernama *yeyekom*. Kemudian tekan *ok* dan muncul pesan dari aplikasi yaitu data *password* sudah diubah. Kemudian perubahan *password* untuk *username* *yeye* saat *login* dengan menggunakan *password default* yaitu *yeye*, proses masuk ke aplikasi *form* menu utama tidak bisa, seperti yang tampak pada Gambar 4.34.



Gambar 4.34 Hasil Uji Coba *Login* Perubahan *Password* Pada *User* Pemasaran

Pada Gambar 4.34 menunjukkan hasil uji coba *login* perubahan *password* pada *user* pemasaran. Tampak pada *form login* dalam pengisian *password* yang

sesuai *default* yaitu sama dengan isian *username*, sistem *login* gagal dan tidak berhasil masuk ke *form* menu utama. Tapi jika *password* tersebut diganti dengan *password* baru yang sudah diganti, maka proses masuk ke *form* menu utama berhasil. Kemudian pengujian selanjutnya oleh *user* pemasaran adalah pengujian yang bertujuan untuk melakukan Melakukan penyimpanan *output* dalam bentuk laporan, seperti yang tampak pada Gambar 4.35 dan Gambar 4.36.

Proses Perhitungan

Periode Perhitungan
 Bulan: September Tahun: 2013 [Hitung]

Regresi Linier Berganda | Analisis Determinasi | Korelasi Ganda | Uji Signifikansi F | Uji Signifikansi T

Output
 Persamaan Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 X_8$$

$$Y = 35410591.2005 + 2.032 X_1 - 6.5582 X_2 + 1.275 X_3 + 10.1564 X_4 + 31.0073 X_5 - 29.49 X_6 - 52.2461 X_7 + 48.6587 X_8$$

Keterangan:
 Y = Hasil Penjualan Semua Pemasaran
 a = Konstanta
 b₁, b₂, b₃, b₄, b₅, b₆, b₇, b₈ = Koefisien Regresi
 X₁ = Event Mall
 X₂ = Event Hotel
 X₃ = Iklan Koran

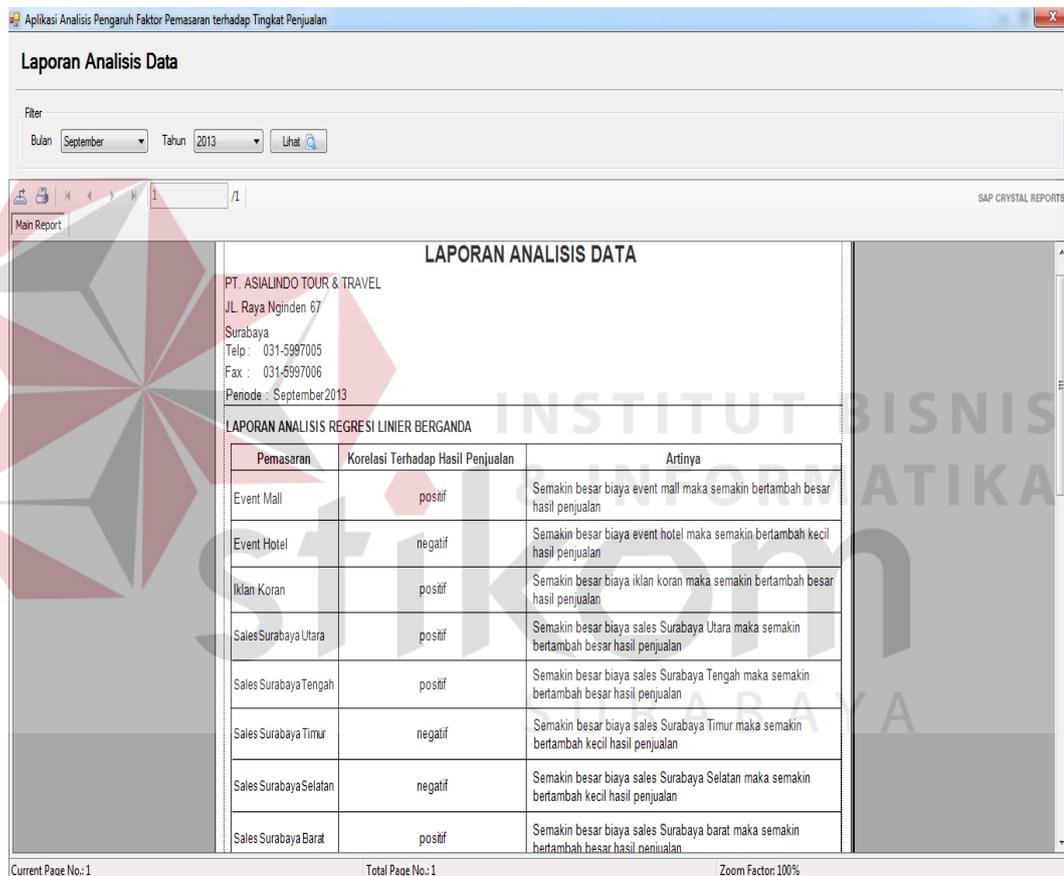
Pemasaran	Koefisien	Korelasi Terhadap Hasil Penjualan	Artinya
Event Mall	2.032	Positif	Semakin besar biaya event mall maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Event Hotel	-6.5582	Negatif	Semakin besar biaya event hotel maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Iklan Koran	1.275	Positif	Semakin besar biaya iklan koran maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Utara	10.1564	Positif	Semakin besar biaya sales Surabaya Utara maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Tengah	31.0073	Positif	Semakin besar biaya sales Surabaya Tengah maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Timur	-29.49	Negatif	Semakin besar biaya sales Surabaya Timur maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Sales Surabaya Selatan	-52.2461	Negatif	Semakin besar biaya sales Surabaya Selatan maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Sales Surabaya Barat	48.6587	Positif	Semakin besar biaya sales Surabaya Barat maka semakin bertambah besar hasil penjualan

[Simpan] [Batal]

Gambar 4.35 Hasil Uji Coba Penyimpanan Hasil *Output* Pada *User* Pemasaran

Pada Gambar 4.35 menunjukkan hasil uji coba penyimpanan hasil *output* pada *user* pemasaran. Sebagai contoh diatas bahwa proses perhitungan yang dihitung dan dianalisis adalah data pengeluaran 45 bulan, dan *screenshot* tersebut merupakan salah satu contoh hasil analisis data yaitu uji signifikansi F, yang diambil untuk dicocokkan dengan hasil laporan analisis data. Cara mengetahui

cocok tidaknya atau berhasil tidaknya sistem menyimpan hasil *output* dalam bentuk laporan, bisa dengan cara mencocokkan keterangan dalam penjelasan *output* di tab uji signifikansi F pada *form* proses perhitungan dengan keterangan uji signifikansi F pada *form* laporan analisis data. Setelah keluar hasil *output*, kemudian tekan simpan dan rangkuman keterangan hasil *output* analisis data bisa dilihat pada laporan analisis data, seperti yang tampak pada Gambar 4.36.



Laporan Analisis Data

Filter
 Bulan: September Tahun: 2013 Lihat

PT. ASIALINDO TOUR & TRAVEL
 Jl. Raya Nginden 67
 Surabaya
 Telp: 031-5997005
 Fax: 031-5997006
 Periode: September 2013

LAPORAN ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Pemasaran	Korelasi Terhadap Hasil Penjualan	Artinya
Event Mall	positif	Semakin besar biaya event mall maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Event Hotel	negatif	Semakin besar biaya event hotel maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Iklan Koran	positif	Semakin besar biaya iklan koran maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Utara	positif	Semakin besar biaya sales Surabaya Utara maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Tengah	positif	Semakin besar biaya sales Surabaya Tengah maka semakin bertambah besar hasil penjualan
Sales Surabaya Timur	negatif	Semakin besar biaya sales Surabaya Timur maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Sales Surabaya Selatan	negatif	Semakin besar biaya sales Surabaya Selatan maka semakin bertambah kecil hasil penjualan
Sales Surabaya Barat	positif	Semakin besar biaya sales Surabaya barat maka semakin bertambah besar hasil penjualan

Current Page No.: 1 Total Page No.: 1 Zoom Factor: 100%

Gambar 4.38 Hasil Uji Coba Hasil *Output* Laporan Analisis Data Pada *User* Pemasaran

Pada Gambar 4.38 menunjukkan hasil uji coba *output* laporan analisis data pada *user* pemasaran. Tampak pada laporan tersebut keterangan untuk uji signifikansi F sesuai dan sama dengan hasil tampilan *output* pada *form* proses perhitungan.

4.4.2 Uji Coba Kompatibilitas Aplikasi

Uji coba kompatibilitas aplikasi untuk mengetahui proses yang diujikan ketika ada *error*. Selain itu uji coba ini berfungsi untuk mengetahui apakah sistem dapat berjalan di semua OS *Windows*.

Tabel 4.4 *Test Case* Uji Coba Kompatibilitas Aplikasi Berdasarkan Proses

No. Proses	Nama Proses
1	<i>Login</i>
2	<i>Error handling</i>
3	Master data
4	Transaksi
5	Hasil <i>Output</i>
6	Kompatibilitas dengan OS <i>Windows</i>

Tabel 4.5 *Test Case* Uji Coba Kompatibilitas Aplikasi

No	Tujuan	Input	Output yang diharapkan
1	Mengetahui tingkat kompatibilitas aplikasi.	Menjalankan aplikasi pada beberapa tipe OS <i>Windows</i> yang telah ditentukan.	Semua proses yang ada dijalankan pada OS <i>Windows</i> .
2	Mengetahui tingkat kompatibilitas <i>database sql</i> server.	Menjalankan aplikasi pada <i>database sql</i> server.	Semua proses yang ada dapat dijalankan pada <i>database sql</i> server.

Tabel 4.6 *Test Case* Uji Coba Kompatibilitas Aplikasi Berdasarkan OS

No. Proses	Windows XP Professional	Windows 7 Ultimate	Windows 8 Professional
1	OK	OK	OK
2	OK	OK	OK
3	OK	OK	OK
4	OK	OK	OK
5	OK	OK	OK
6	OK	OK	OK
Prosentase			
Sukses	100%	100%	100%
Gagal	0%	0%	0%

4.4.3 Analisis Hasil Uji Coba Sistem

Analisis hasil uji coba sistem bertujuan untuk mengetahui hasil analisis perhitungan data. Hasil analisis perhitungan data tersebut memiliki penjelasan yang berguna untuk perusahaan PT Asialindo Tour and Travel mengenai pengaruh faktor pemasaran terhadap tingkat penjualan. Berikut ini hasil analisis hasil uji coba sistem dengan *sample* data yang tertulis adalah data 45 bulan dari bulan Januari 2010 sampai dengan bulan September 2013.

1. Analisis Perhitungan Data Dengan Total Data 45 Bulan

A. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8$$

$$Y = 35410591,2005 + 2,032X_1 + (-6,5582)X_2 + 1,275X_3 + 10,1564X_4 + 31,0073X_5 + (-29,49)X_6 + (-52,2461)X_7 + 48,6587X_8$$

$$Y = 35410591,2005 + 2,032X_1 - 6,5582X_2 + 1,275X_3 + 10,1564X_4 + 31,0073X_5 - 29,49X_6 - 52,2461X_7 + 48,6587X_8$$

Keterangan:

Y = Hasil penjualan dari semua pemasaran

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7, b_8$ = Koefisien regresi

X_1 = *Event* mall

X_2 = *Event* hotel

X_3 = Iklan koran

X_4 = *Sales* Surabaya utara

X_5 = *Sales* Surabaya tengah

X_6 = Sales Surabaya timur

X_7 = Sales Surabaya selatan

X_8 = Sales Surabaya barat

Penjelasan dari persamaan regresi linier berganda adalah:

- 1) Koefisien regresi variabel *event* mall (X_1) sebesar 2,032, artinya jika variabel *independen* lain (X_2 sampai X_8) biayanya tetap dan *event* mall mengalami kenaikan Rp.1, maka hasil penjualan semua pemasaran (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp.2,032. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *event* mall dengan hasil penjualan semua pemasaran, artinya semakin besar biaya *event* mall maka semakin bertambah besar hasil penjualan semua pemasaran.
- 2) Koefisien regresi variabel *event* hotel (X_2) sebesar -6,5582, artinya jika variabel *independen* lain (X_1 , dan X_3 sampai X_8) biayanya tetap dan *event* hotel mengalami kenaikan Rp.1 maka hasil penjualan semua pemasaran (Y) akan mengalami penurunan sebesar Rp.6,5582. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *event* hotel dengan hasil penjualan semua pemasaran, artinya semakin besar biaya *event* hotel maka semakin bertambah kecil hasil penjualan semua pemasaran.
- 3) Koefisien regresi variabel iklan koran (X_3) sebesar 1,275, artinya jika variabel *independen* lain (X_1 , X_2 , dan X_4 sampai X_8) biayanya tetap dan iklan koran mengalami kenaikan Rp.1, maka hasil penjualan semua pemasaran (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp.1,275. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara iklan koran dengan hasil penjualan semua

pemasaran, artinya semakin besar biaya iklan koran maka semakin bertambah besar hasil penjualan semua pemasaran.

- 4) Koefisien regresi variabel *sales* Surabaya utara (X_4) sebesar 10,1564, artinya jika variabel *independen* lain (X_1 sampai X_3 dan X_5 sampai X_8) biayanya tetap dan *sales* Surabaya utara mengalami kenaikan Rp.1, maka hasil penjualan semua pemasaran (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp.10,1564. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *sales* Surabaya utara dengan hasil penjualan semua pemasaran, artinya semakin besar biaya *sales* Surabaya utara maka semakin bertambah besar hasil penjualan semua pemasaran.
- 5) Koefisien regresi variabel *sales* Surabaya tengah (X_5) sebesar 31,0073, artinya jika variabel *independen* lain (X_1 sampai X_4 dan X_6 sampai X_8) biayanya tetap dan *sales* Surabaya tengah mengalami kenaikan Rp.1, maka hasil penjualan semua pemasaran (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp.31,0073. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *sales* Surabaya tengah dengan hasil penjualan semua pemasaran, artinya semakin besar biaya *sales* Surabaya tengah maka semakin bertambah besar hasil penjualan semua pemasaran.
- 6) Koefisien regresi variabel *sales* Surabaya timur (X_6) sebesar -29,49, artinya jika variabel *independen* lain (X_1 sampai X_5 dan X_7 dan X_8) biayanya tetap dan *sales* Surabaya timur mengalami kenaikan Rp.1 maka hasil penjualan semua pemasaran (Y) akan mengalami penurunan sebesar Rp.29,49. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *sales* Surabaya timur dengan hasil penjualan semua pemasaran, artinya semakin besar biaya *sales*

Surabaya timur maka semakin bertambah kecil hasil penjualan semua pemasaran.

7) Koefisien regresi variabel *sales* Surabaya selatan (X_7) sebesar -52,2461, artinya jika variabel *independen* lain (X_1 sampai X_6 dan X_8) biayanya tetap dan *sales* Surabaya selatan mengalami kenaikan Rp.1 maka hasil penjualan semua pemasaran (Y) akan mengalami penurunan sebesar Rp.52,2461. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *sales* Surabaya selatan dengan hasil penjualan semua pemasaran, artinya semakin besar biaya *sales* Surabaya selatan maka semakin bertambah kecil hasil penjualan semua pemasaran.

8) Koefisien regresi variabel *sales* Surabaya barat (X_8) sebesar 48,6587, artinya jika variabel *independen* lain (X_1 sampai X_7) biayanya tetap dan *sales* Surabaya barat mengalami kenaikan Rp.1, maka hasil penjualan semua pemasaran (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp.48,6587. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *sales* Surabaya barat dengan hasil penjualan semua pemasaran, artinya semakin besar biaya *sales* Surabaya barat maka semakin bertambah besar hasil penjualan semua pemasaran.

B. Analisis Determinasi dan Korelasi Ganda

1. Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,642. Penjelasan nya adalah berdasarkan perhitungan diperoleh nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,642 atau (64,2%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel *independen* atau biaya pengeluaran untuk *event* mall, *event* hotel, iklan

koran, *sales* Surabaya utara, *sales* Surabaya tengah, *sales* Surabaya timur, *sales* Surabaya selatan dan *sales* Surabaya barat terhadap variabel *dependen* atau hasil penjualan semua pemasaran sebesar 64,2%.

Dengan kata lain juga variasi variabel *independen* yang digunakan dalam model (*event* mall, *event* hotel, iklan koran, *sales* Surabaya utara, *sales* Surabaya tengah, *sales* Surabaya timur, *sales* Surabaya selatan dan *sales* Surabaya barat) mampu menjelaskan sebesar 64,2% variasi variabel *dependen* (hasil penjualan semua pemasaran). Sedangkan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

2. Perhitungan Nilai Koefisien Korelasi Berganda (R)

Nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0,801. Penjelasan adalah berdasarkan perhitungan diperoleh angka R atau nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,801. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara *event* mall, *event* hotel, iklan koran, *sales* Surabaya utara, *sales* Surabaya tengah, *sales* Surabaya timur, *sales* Surabaya selatan dan *sales* Surabaya barat terhadap hasil penjualan semua pemasaran. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat dari Sugiyono (2007) parameter koefisien korelasi adalah:

0,00 - 0,199 = sangat rendah

0,20 - 0,399 = rendah

0,40 - 0,599 = sedang

0,60 - 0,799 = kuat

0,80 - 1,000 = sangat kuat

C. Uji Signifikansi F

Nilai F hitung adalah sebesar 8,0685. Sedangkan nilai F tabel adalah sebesar 2,21. Langkah untuk melakukan uji signifikansi F adalah sebagai berikut:

1) Menentukan parameter hipotesis:

Ho : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara *event mall*, *event hotel*, iklan koran, *sales Surabaya utara*, *sales Surabaya tengah*, *sales Surabaya timur*, *sales Surabaya selatan* dan *sales Surabaya barat* secara bersama-sama terhadap hasil penjualan semua pemasaran.

Ha : Ada pengaruh secara signifikan antara *event mall*, *event hotel*, iklan koran, *sales Surabaya utara*, *sales Surabaya tengah*, *sales Surabaya timur*, *sales Surabaya selatan* dan *sales Surabaya barat* secara bersama-sama terhadap hasil penjualan semua pemasaran.

2) Menentukan kriteria pengujian:

Ho diterima bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

Ho ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

3) Mengambil keputusan dari pengujian signifikansi F. Keputusannya adalah Ho ditolak, karena $F \text{ hitung} (8,0685) > F \text{ tabel} (2,21)$.

4) Membuat kesimpulan terhadap keputusan. Kesimpulannya adalah ada pengaruh secara signifikan antara *event mall*, *event hotel*, iklan koran, *sales Surabaya utara*, *sales Surabaya tengah*, *sales Surabaya timur*, *sales Surabaya selatan* dan *sales Surabaya barat* secara bersama-sama terhadap hasil penjualan semua pemasaran. Artinya adalah biaya pengeluaran untuk pemasaran *event mall*, *event hotel*, iklan koran, *sales Surabaya utara*, *sales Surabaya tengah*, *sales Surabaya timur*, *sales Surabaya selatan* dan *sales*

Surabaya barat secara bersama-sama berpengaruh terhadap hasil penjualan dari semua pemasaran di PT Asialindo Tour and Travel.

D. Uji Signifikansi T

Nilai T hitung untuk variabel *event* mall adalah sebesar 3,957. Nilai T hitung untuk variabel *event* hotel adalah sebesar -1,446. Nilai T hitung untuk variabel iklan koran adalah sebesar 3,879. Nilai T hitung untuk variabel *sales* Surabaya utara adalah sebesar 1,161. Nilai T hitung untuk variabel *sales* Surabaya tengah adalah sebesar 0,393. Nilai T hitung untuk variabel *sales* Surabaya timur adalah sebesar -0,521. Nilai T hitung untuk variabel *sales* Surabaya selatan adalah sebesar -0,651. Nilai T hitung untuk variabel *sales* Surabaya barat adalah sebesar 0,838. Sedangkan nilai F tabel adalah sebesar 2,028. Kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian signifikansi F. Langkah untuk melakukan uji signifikansi F adalah sebagai berikut:

1) Menentukan parameter hipotesis:

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh secara signifikan antara faktor pemasaran yang dimaksud terhadap hasil penjualan semua pemasaran.

Ha : Secara parsial ada pengaruh secara signifikan antara faktor pemasaran yang dimaksud terhadap hasil penjualan semua pemasaran.

2) Menentukan kriteria pengujian:

Ho diterima bila $-T \text{ tabel} \leq T \text{ hitung} \leq T \text{ tabel}$

Ho ditolak bila $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ atau $-T \text{ hitung} < -T \text{ tabel}$

3) Mengambil keputusan dari pengujian signifikansi T. Jadi Keputusannya adalah:

1. Untuk variabel *event* mall, H_0 ditolak, karena T hitung (3,957) > T tabel (2,028). Penjelasanannya adalah secara parsial ada pengaruh signifikan antara *event* mall dengan hasil penjualan semua pemasaran. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial *event* mall berpengaruh positif terhadap hasil penjualan semua pemasaran pada perusahaan di PT Asialindo Tour and Travel.
2. Untuk variabel *event* hotel, H_0 diterima, karena T hitung (-1,446) < T tabel (2,028). Penjelasanannya adalah secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara *event* hotel dengan hasil penjualan semua pemasaran. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial *event* hotel tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan semua pemasaran pada perusahaan di PT Asialindo Tour and Travel.
3. Untuk variabel iklan koran, H_0 ditolak, karena T hitung (3,879) > T tabel (2,028). Penjelasanannya adalah secara parsial ada pengaruh signifikan antara iklan koran dengan hasil penjualan semua pemasaran. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial iklan koran berpengaruh positif terhadap hasil penjualan semua pemasaran pada perusahaan di PT Asialindo Tour and Travel.
4. Untuk variabel *sales* Surabaya utara, H_0 diterima, karena T hitung (1,161) < T tabel (2,028). Penjelasanannya adalah secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara *sales* Surabaya utara dengan hasil penjualan semua pemasaran. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial *sales* Surabaya utara tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan semua pemasaran pada perusahaan di PT Asialindo Tour and Travel.

5. Untuk variabel *sales* Surabaya tengah, H_0 diterima, karena T hitung (0,393) < T tabel (2,028). Penjelasanannya adalah secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara *sales* Surabaya tengah dengan hasil penjualan semua pemasaran. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial *sales* Surabaya tengah tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan semua pemasaran pada perusahaan di PT Asialindo Tour and Travel.
6. Untuk variabel *sales* Surabaya timur, H_0 diterima, karena T hitung (-0,521) < T tabel (2,028). Penjelasanannya adalah secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara *sales* Surabaya timur dengan hasil penjualan semua pemasaran. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial *sales* Surabaya timur tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan semua pemasaran pada perusahaan di PT Asialindo Tour and Travel.
7. Untuk variabel *sales* Surabaya selatan, H_0 diterima, karena T hitung (-0,651) < T tabel (2,028). Penjelasanannya adalah secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara *sales* Surabaya selatan dengan hasil penjualan semua pemasaran. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial *sales* Surabaya selatan tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan semua pemasaran pada perusahaan di PT Asialindo Tour and Travel.
8. Untuk variabel *sales* Surabaya barat, H_0 diterima, karena T hitung (0,838) < T tabel (2,028). Penjelasanannya adalah secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara *sales* Surabaya barat dengan hasil penjualan semua pemasaran. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial *sales* Surabaya barat tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan semua pemasaran pada perusahaan di PT Asialindo Tour and Travel.