

**PENGARUH *SALESMANSHIP* DAN PROMOSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN KOPI GOLDA PADA
PT.BEKASI DISTRIBUSINDO RAYA**

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD IQBAL FADILLAH

201710325044



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Salesmanship* dan Promosi terhadap Volume Penjualan Kopi Golda pada PT. Bekasi Distribusindo Raya

Nama Mahasiswa : Muhammad Iqbal Fadillah

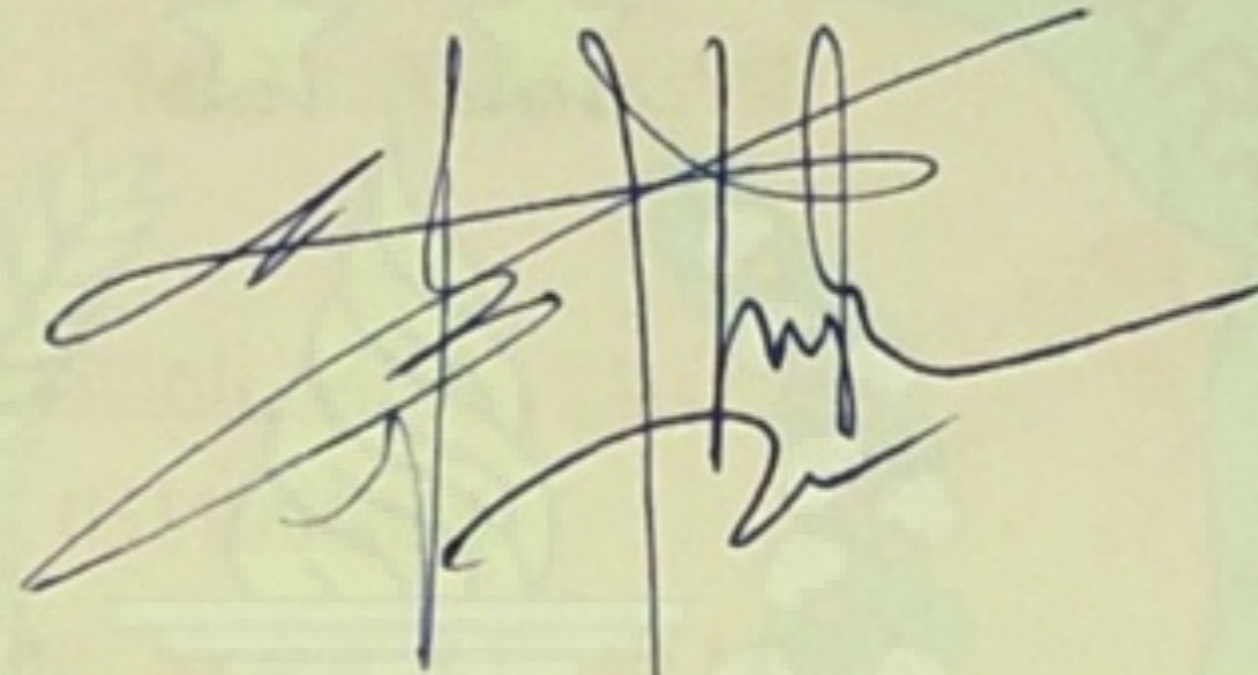
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325044

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Juli 2021

Jakarta, 19 Juli 2021

MENYETUJUI,



Drs. Soehardi, MBA., Ph.D

NIDN: 0311096604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Salesmanship* dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Kopi Golda Pada PT. Bekasi Distribusindo Raya

Nama Mahasiswa : Muhammad Iqbal Fadillah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325044

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Juli 2021

Jakarta, 19 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA, Ph.D

NIDN : 0311096604

Penguji 1 : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

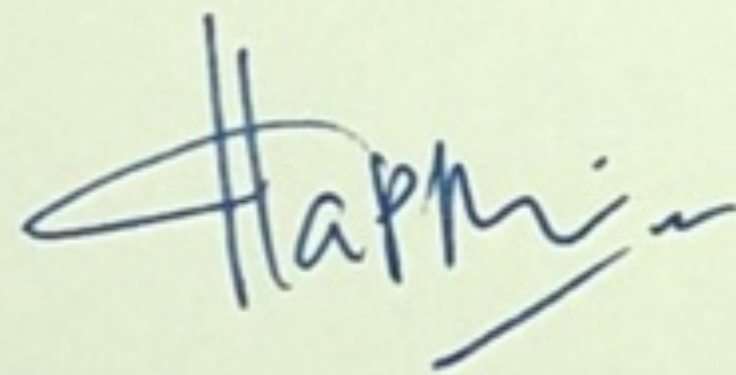
NIDN : 0325057908

Penguji 2 : Agus Dharmanto, S.E., M.M

NIDN : 0305087310

MENGETAHUI,

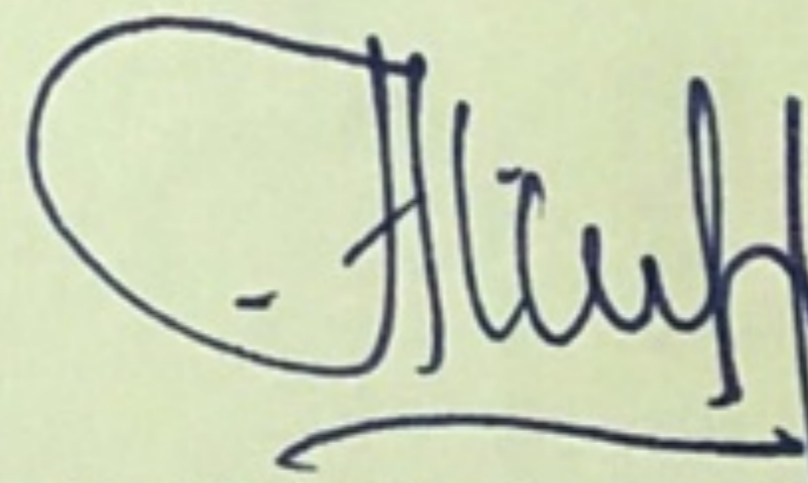
Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh *Salesmanship* dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Kopi Golda Pada PT. Bekasi Distribusindo Raya.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta , 19 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Iqbal Fadillah

201710325044

ABSTRAK

Muhammad Iqbal Fadillah, 201710325044. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Pengaruh *Salesmanship* dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Kopi Golda pada PT. Bekasi Distribusindo Raya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *salesmanship* terhadap volume penjualan, pengaruh promosi terhadap volume penjualan, pengaruh *salesmanship* dan promosi terhadap volume penjualan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen PT. Bekasi Distribusindo Raya area Babelan dan sekitarnya sebanyak 95 konsumen. Penarikan sampel menggunakan rumus slovin sehingga jumlah sampel yang didapatkan adalah 77 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *salesmanship* berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan kopi golda pada PT. Bekasi Distribusindo Raya dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,014. Promosi berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan kopi golda pada PT. Bekasi Distribusindo Raya dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan dari hasil perhitungan statistic uji simultan menunjukkan bahwa *salesmanship* dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan kopi golda pada PT. Bekasi Distribusindo Raya dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci: *Salesmanship*, Promosi, Volume Penjualan

ABSTRACT

Muhammad Iqbal Fadillah, 201710325044 *The Effect of Salesmanship and Promotion on the Sales Volume of Golda Coffee at PT. Bekasi Distribusindo Raya. This study aims to determine the effect of Salesmanship on Sales Volume, the effect of promotions on Sales Volume, the effect of Salesmanship and promotions on Sales Volume. The research methodology used is quantitative research using survey methods. The population of this research is the consumers of PT. Bekasi Distribusindo Raya Babelan and surrounding areas as many as 95 consumers. Sampling uses slovin formula so that the number of samples obtained is 77 consumers. Data collection techniques using a questionnaire that was processed using SPSS version 25. The results of this study indicate that the Salesmanship has a partial effect on Golda coffee Sales Volume at PT. Bekasi Distribusindo Raya is proven by the significance value of 0.014. Promotion has a partial effect on Golda coffee Sales Volume at PT. Bekasi Distribusindo Raya is proven by the significance value of 0,000. While the results of the calculation of the simultaneous test statistics show that the Salesmanship and promotion simultaneously influence the Sales Volume of Golda coffee at PT. Bekasi Distribusindo Raya is proven by the significance value of 0,000.*

Keywords: Salesmanship, Promotion, Sales Volume

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas RahmatNya penulis masih diberikan kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH SALESMANSHIP DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KOPI GOLDA PADA PT. BEKASI DISTRIBUSINDO RAYA”**.

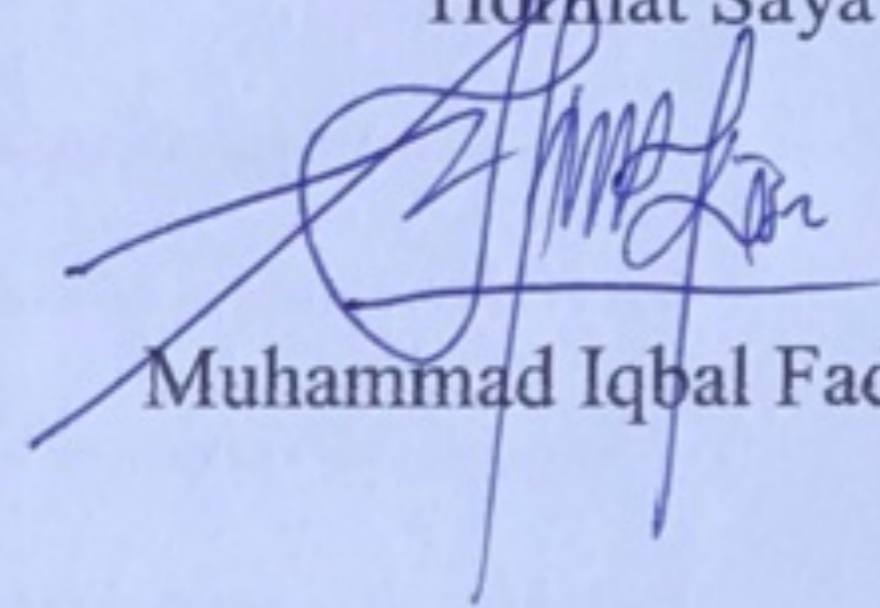
Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib Tugas akhir yang harus ditempuh dalam Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta. Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya proposal skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayngkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.AK, CA, CSRS, CSRA, CMA, CBV, CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Drs.Soehardi, MBA.,PH.D, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis.
5. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan , saran dan dukungan kepada penulis.
6. Agus Dharmanto, S.E., M.M, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, saran dan dukungan kepada penulis.
7. PT. Bekasi Distribusindo Raya, yang telah memberi kesempatan untuk dapat memperoleh Informasi tentang perusahaan
8. Keluarga penulis, Ayah dan Ibu ,yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi dan doa kepada penulis.
9. Seluruh pihak yang terlibat dan tidak bisa disebutkan satu-persatu dalam pelaksanaan dan penyusunan Proposal Skripsi ini.

Akhir kata semoga hasil Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat serta sebagai bahan petunjuk bagi adik-adik junior nantinya.

Bekasi, Maret 2021

Hormat Saya



Muhammad Iqbal Fadillah



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5 Batasan Masalah | 6 |
| 1.6 Sistematika Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Volume Penjualan..... | 8 |
| 2.1.1 Pengertian Volume Penjualan..... | 8 |
| 2.1.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Volume Penjualan... | 9 |
| 2.1.3 Indikator Volume Penjualan | 10 |
| 2.2 Promosi..... | 10 |
| 2.2.1 Pengertian Promosi..... | 10 |
| 2.2.2 Indikator Promosi..... | 13 |
| 2.2.3 Faktor- Faktor yang mempengaruhi Promosi | 13 |
| 2.3 <i>Salesmanship</i> | 14 |
| 2.3.1 Pengertian <i>Salesmanship</i> | 14 |
| 2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Salesmanship</i> | 15 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3.3 Indikator <i>Salesmanship</i> | 17 |
| 2.4 Hasil Penelitian Terdahulu | 18 |
| 2.5 Kerangka Berfikir | 21 |
| 2.5.1 Mekanisme Antar Variabel..... | 21 |
| 2.5.2 Kerangka Berfikir..... | 22 |
| 2.6 Hipotesis Penelitian..... | 22 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 24 |
| 3.1 Desain Penelitian | 24 |
| 3.2 Tahapan Penelitian..... | 24 |
| 3.3 Model Konseptual Penelitian..... | 25 |
| 3.4 Defenisi Operasional Variabel..... | 25 |
| 3.5 Waktu dan Tempat Penelitian..... | 26 |
| 3.5.1 Waktu Penelitian | 26 |
| 3.5.2 Tempat Penelitian..... | 27 |
| 3.6 Metode Pengambilan Sampel | 27 |
| 3.6.1 Populasi | 27 |
| 3.6.2 Sampel | 28 |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data | 29 |
| 3.7.1 Kuesioner | 29 |
| 3.8 Metode Analisis Data dan Sumber Data | 30 |
| 3.8.1 Metode Analisis Data | 30 |
| 3.8.2 Sumber Data..... | 30 |
| 3.9. Uji Instrumen..... | 30 |
| 3.9.1 Uji Validitas | 30 |
| 3.9.2 Uji Realibilitas | 31 |
| 3.10. Uji Asumsi Klasik..... | 31 |
| 3.10.1 Uji Normalitas | 31 |
| 3.10.2 Uji Multikolonieritas | 32 |
| 3.10.3 Uji Autokorelasi | 32 |
| 3.10.4 Uji Heteroskedastisitas | 33 |
| 3.11. Analisis Regresi | 33 |
| 3.11.1 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 34 |

| | |
|--|-----------|
| 3.11.2 Koefisien Determinasi | 34 |
| 3.12. Uji Hipotesis | 35 |
| 3.12.1 Analisa Jalur..... | 35 |
| 3.12.2 Uji F..... | 35 |
| 3.12.3 Uji T..... | 35 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 37 |
| 4.1 Sejarah Dan Profil Perusahaan | 37 |
| 4.2 Hasil Penyebaran Kuesioner | 38 |
| 4.3 Karakteristik Responden | 38 |
| 4.3.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 38 |
| 4.3.2 Profil Responden Berdasarkan Usia | 39 |
| 4.4 Hasil Uji Instrumen..... | 39 |
| 4.4.1 Uji Validitas | 39 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas..... | 40 |
| 4.5 Hasil Asumsi Klasik | 42 |
| 4.5.1 Uji Normalitas | 42 |
| 4.5.2 Uji Multikolonieritas | 43 |
| 4.5.3 Uji Heterokedastitas | 44 |
| 4.6 Hasil Uji Hipotesis..... | 44 |
| 4.6.1 Uji T..... | 44 |
| 4.6.2 Uji F..... | 45 |
| 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 46 |
| 4.7.1 Persamaan Regresi Linier Berganda..... | 46 |
| 4.7.2 Koefisien Determinasi | 47 |
| BAB V PENUTUP | 49 |
| 4.8 Kesimpulan | 49 |
| 4.9 Implikasi Manajerial..... | 49 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| 1. Tabel 1.1 Data Penjualan Kopi Golda..... | 1 |
| 2. Tabel 1.2 Data Pelatihan <i>salesman</i> | 2 |
| 3. Tabel 1.3 Data potongan promosi strata kopi Golda | 4 |
| 4. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 18 |
| 5. Tabel 3.1 Operasional Variabel | 25 |
| 6. Tabel 3.2. Skala Likert | 29 |
| 7. Tabel 4.1. Hasil Penyebaran Kuesioner | 38 |
| 8. Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 38 |
| 9. Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Usia | 39 |
| 10. Tabel 4.4. Hasil Uji Item Valid | 40 |
| 11. Tabel 4.5. Hasil Uji Realibilitas | 41 |
| 12. Tabel 4.6. hasil Uji Item Reliabel | 41 |
| 13. Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas | 42 |
| 14. Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas | 43 |
| 15. Tabel 4.9. Hasil Uji T | 45 |
| 16. Tabel 4.10. Hasil Uji F | 46 |
| 17. Tabel 4.11. Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda | 46 |
| 18. Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi | 48 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| 1. Gambar 1.1 Gambar kerangka pemikiran | 22 |
| 2. Gambar 2.1 Gambar Konseptual penelitian | 25 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Buku Bimbingan
- Lampiran 2 : Uji Plagiarisme
- Lampiran 3 : Uji Referensi
- Lampiran 4 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 5 : Hasil Kuesioner *Salesmanship* (X1)
- Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Promosi (X2)
- Lampiran 7 : Hasil Kuesioner Volume Penjualan (Y)
- Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 10 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 11 : Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 12 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 13 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 14 : Hasil Uji T
- Lampiran 15 : Hasil Uji F
- Lampiran 16 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 17 : Tabel R
- Lampiran 18 : Tabel T
- Lampiran 19 : Tabel F