

**ANALISIS STRATEGI SALURAN DISTRIBUSI  
DAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN  
PADA PT. MULTI KARYA MIKA**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Hafid Abdul Aziz**

**201510325166**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Saluran Distribusi Dan Promosi  
Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.  
Multi Karya Mika

Nama Mahasiswa : Hafid Abdul Aziz

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325166

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2019



Jakarta, 27 Juli 2019

MENYETUJUI,

Pembimbing

Drs. Soehardi, MBA, Ph, D

NIDN : 0311096604

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Saluran Distribusi Dan Promosi  
Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.  
Multi Karya Mika  
Nama Mahasiswa : Hafid Abdul Aziz  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325166  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2019

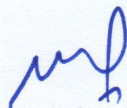
Jakarta, 27 Juli 2019

MENGESAHKAN.

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA, Ph. D (.....)  
NIDN : 0311096604  
Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E, M.M (.....)  
NIDN : 0325057908  
Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E, M.M (.....)  
NIDN: 0327128105

MENGETAHUI,

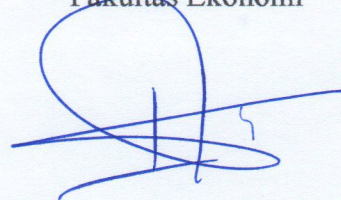
Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E, M.M  
NIDN : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng suroso, S.E, M.M  
NIDN : 0316066201

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat anugerah dan karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Strategi Saluran Distribusi Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. MULTI KARYA MIKA”**.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H Bambang Karsono, S.H, M.M selaku rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Sugeng Suroso, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Drs. Soehardi, MBA, P.h, D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Pihak PT. MULTI KARYA MIKA dan seluruh karyawan yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.
6. Kedua orang tua saya dan teman-teman yang selalu mendoakan saya dan memberikan segalanya untuk mencapai pendidikan yang lebih baik, serta terima kasih banyak atas kepercayaan dan kesempatan yang telah diberikan.

Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas Akhir Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 20 Juli 2019

Penulis

  
Hafid Abdul Aziz

## ABSTRAK

**Hafid Abdul Aziz, 201510325166.** Analisis Startegi Saluran Distribusi Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.Multi Karya Mika

Keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan, juga ditentukan oleh strategi saluran distribusi dan startegi promosi. Untuk itu dibutuhkan strategi saluran distribusi yang baik dalam hal meminimalkan waktu produk masuk ke pasar secara cepat dan tepat. Selain itu strategi promosi juga digunakan untuk mendorong penjualan produk dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi saluran distribusi dan volume penjuaan terhadap volume penjualan PT. Multi Karya Mika baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian adalah kuantitaif, dan teknik analisa yang di gunakan adalah analisis regresi linear berganda guna menunjukkan besarnya pengaruh strategi saluran distribusi dan promosi baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap volume penjualan PT. Multi Karya Mika , hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam uji T ( parsial ) variabel saluran distribusi berpengaruh positif terhadap volume penjualan dengan hasil T hitung sebesar 4,792 lebih besar dari T table sebesar 1,66140 dan varibel promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan dengan hasil T hitung sebesar 8,605 lebih besar dari T table sebesar 1,66140. Dalam uji F variabel saluran distribusi dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap volume penjualan dengan nilai F hitung sebesar 63,665 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09.

Kata Kunci

Saluran Distribusi, Promosi, Volume penjualan

## ABSTRACT

*Hafid Abdul Aziz, 201510325166. Channel Distribution and Promotion Strategy Analysis in Increasing Sales Volume at PT.Multi Karya Mika*

*The success of the company in increasing sales volume is also determined by the distribution distribution strategy and initial promotion. For this reason, a good distribution channel strategy is needed in case the product is asked to enter the market quickly and precisely. In addition, promotional strategies are also used to increase product sales in increasing the company's sales volume. This study discusses the distribution strategy and volume of sales of the sales volume of PT. Multi Karya Mika both simultaneously and partially. The research method is quantitative, and the analysis technique used is multiple linear regression analysis to show the distribution and promotion strategies both partially and jointly to the sales volume of PT. Multi Karya Mika, the results of the study show that in the T (partial) test the positive distribution relationship variable on sales volume with T count of 4.792 is greater than the T table of 1.66140 and the positive promotion variables on sales volume with the T count of 8.605 greater from the T table of 1.66140. In the F test the distribution and promotion channel variables together (simultaneous) affect the sales volume with a calculated F value of 63.665 greater than the F table of 3.09.*

*Keywords*

*Distribution Channels, Promotions, Sales Volume*

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “ Analisis Strategi Saluran Distribusi Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Multi Karya ” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya 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 Kota Bekasi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

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

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

Bekasi, 20 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Hafid Abdul Aziz

201510325166

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pemasaran .....	7
2.2 Penjualan.....	11
2.3 promosi .....	12
2.4 Saluran Distribusi.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu .....	23
2.6 Kerangka Penelitian .....	31
2.7 Hipotesis .....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian .....	33
3.2 Tahapan Penelitian.....	33
3.3 Model Konseptual Penelitian .....	34
3.4 Operasional Variabel.....	34



3.5	Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	40
3.7	Metode Analisis Data .....	42
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
3.9	Uji Hipotesis .....	45
3.10	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	46
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi penelitian.....	47
4.2	Profil Perusahaan .....	47
4.2.1	Visi dan Misi Perusahaan .....	48
4.3	Deskripsi Data.....	48
4.3.1	Penyebaran Kuesioner.....	48
4.3.2	Identitas Responden .....	49
4.4	Hasil Analisis Data.....	52
4.4.1	Uji Validitas .....	52
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	54
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.5.1	Uji Normalitas.....	56
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	58
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	61
4.7.1	Uji t (parsial).....	61
4.7.2	Uji f (simultan).....	63
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	64
4.8	Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>67</b>
5.1	Kesimpulan .....	67
5.2	Implikasi Manajerial .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.1 Data pengguna PT. Multi Karya Mika.....	42
Tabel 4.1 Proses penyebaran dan penerimaan koisioner.....	49
Tabel 4.2 Responden berdsarkan jenis kelamin .....	49
Tabel 4.3 Responden berdasarkan usia.....	50
Tabel 4.4 Responden berdasarkan wilayah sekolah.....	51
Tabel 4.5 Hasil uji validitas saluran distribusi.....	53
Tabel 4.6 Hasil uji validitas promosi.....	53
Tabel 4.7 Hasil uji validitas volume penjualan.....	54
Tabel 4.8 Hasil uji reliabilitas saluran distribusi.....	55
Tabel 4.9 Hasil uji reliabilitas promosi.....	55
Tabel 4.10 Hasil uji reliabilitas volume penjualan.....	55
Tabel 4.11 Hasil uji normalitas.....	56
Tabel 4.12 Hasil uji multikolenearitas.....	59
Tabel 4.13 Hasil uji analisis regresi linear berganda.....	61
Tabel 4.14 Hasil uji t (parsial).....	62
Tabel 4.15 Hasil uji f (simultan).....	63
Tabel 4.16 Hasil uji determinasi R2.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Strategi Saluran Distribusi PT. Multi Karya Mika.....	2
Gambar 1.2 Volume Penjualan PT. Multi Karya Mika.....	3
Gambar 2.1 Desain Strategi Pemasaran.....	10
Gambar 2.2 Instrumen Promosi.....	13
Gambar 2.3 Strategi Bauran Promosi.....	14
Gambar 2.4 Saluran Pemasaran Barang Konsumen.....	18
Gambar 2.5 Saluran Pemasaran Barang Industrial.....	20
Gambar 2.6 Kerangka Penelitian.....	32
Gambar 3.1 Tahap Penelitian.....	33
Gambar 3.2 Model Konseptual.....	34
Gambar 4.1 Diagram reponden berdasarkan jenis kelamin.....	50
Gambar 4.2 Diagram reponden berdasarkan usia.....	51
Gambar 4.3 Diagram reponden berdasarkan wilayah sekolah.....	52
Gambar 4.4 Histogram uji normalitas .....	57
Gambar 4.5 P-P plot normalitas.....	58
Gambar 4.6 Grafik scatter plot pada uji heteroskedasitas.....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Izin Riset Universitas Bhayangkara

Lampiran 2 Surat Balasan Izin Riset PT.Multi Karya Mika

Lampiran 3 Gambar Produk PT. Multi Karya Mika

Lampiran 4 T Tabel

Lampiran 5 F Tabel

Lampiran 6 R Tabel

Lampiran 7 Kuesioner Penelitian

Lampiran 8 Data Tabulasi

Lampiran 9 Output SPSS

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

