

**PENGARUH SALESMANSHIP DAN SALES PROMOTION  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
PRODUK SOFTENER ROYALE**  
(Studi Kasus Pada *Customer* PT. Bekasi Distribusindo Raya Area Kota Bekasi )

**SKRIPSI**

Oleh :  
**Ronni Kristian Boy**  
**201410325228**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Salesmanship* dan *Sales Promotion*  
Terhadap Volume Penjualan Produk Softener Royale  
(Studi Kasus Pada *Customer* PT. Bekasi  
Distribusindo Raya Area Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Ronni Kristian Boy

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325228

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

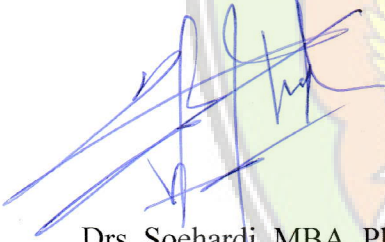
Tanggal Ujian Skripsi : 16 Juli 2018

Bekasi, 16 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Drs. Soehardi, MBA. Ph.D  
NIP : 1612275

  
M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIP : 1602212

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Salesmanship* dan *Sales Promotion*  
Terhadap Volume Penjualan Produk Softener Royale  
(Studi Kasus Pada *Customer* PT. Bekasi  
Distribusindo Raya Area Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Ronni Kristian Boy

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325228

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2018

Bekasi, 16 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA. Ph.D  
NIP : 1612275

Penguji I : Dra. Rini Wijayaningsih, M.M.  
NIP : 031702066

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIP : 1602212

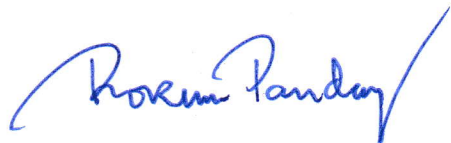
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIP : 1602212

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.  
NIP : 1508228

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh *Salesmanship* dan *Sales Promotion* Terhadap Volume Penjualan Produk Softener Royale (Studi Kasus Pada Customer PT. Bekasi Distribusindo Raya Area Kota Bekasi ) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis 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.

Bekasi, Juni 2018

Yang membuat pernyataan,



Ronni Kristian Boy

201410325228

## ABSTRAK

**Ronni Kristian Boy. 201410325228.** Skripsi dengan judul : Pengaruh *Salesmanship* dan *Sales Promotion* Terhadap Volume Penjualan Produk Softener Royale (Studi Kasus Pada Customer PT. Bekasi Distribusi Raya Area Kota Bekasi).

Penelitian ini dilakukan pada Customer PT. BDR. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *salesmanship* dan *sales promotion* terhadap volume penjualan produk softener royale. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 9649 customer dan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan meliputi uji kualitas data, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, dan uji f. Berdasarkan uji instrumen, indikator-indikator bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi secara normal, data memiliki hubungan yang linier, tidak terjadi autokorelasi, tidak ada gejala multikolineritas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,428 yang artinya *salesmanship* dan *sales promotion* mampu menjelaskan variasi volume penjualan sebesar 42,8%. Berdasarkan hasil uji t dan uji f dapat disimpulkan bahwa *salesmanship* dan *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan produk softener royale baik secara parsial maupun secara simultan.

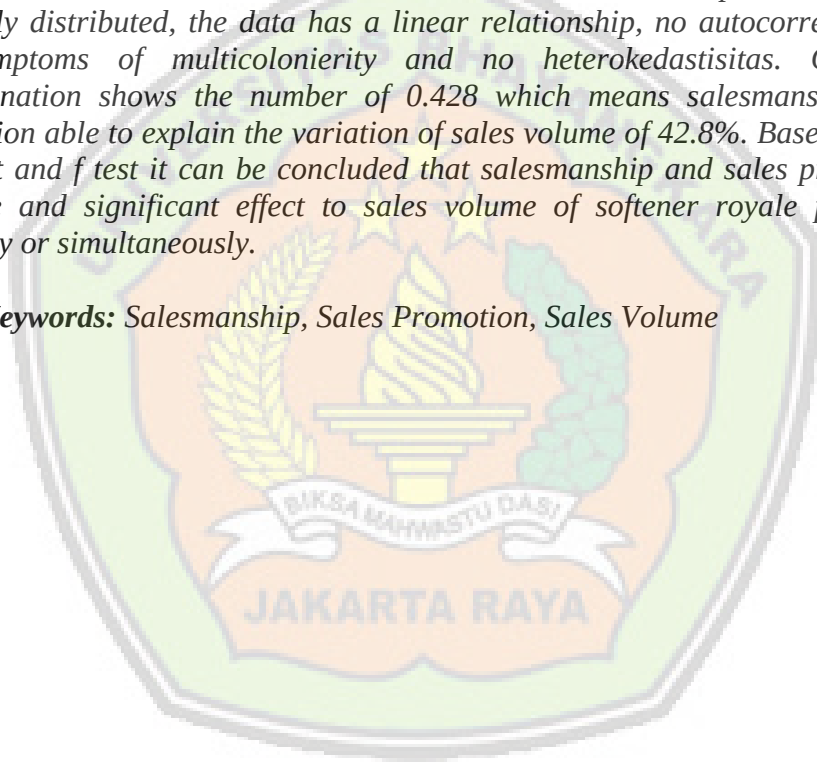
**Kata kunci:** *Salesmanship*, *Sales Promotion*, Volume Penjualan

## ABSTRACT

**Ronni Kristian Boy. 201410325228.** Skripsi with title: *Influence Salesmanship and Sales Promotion Of Sales Volume Softener Royale Product (Case Study In Customer PT Bekasi Distribusindo Raya Area Bekasi City).*

This research was conducted at Customer PT. BDR. This study aims to determine the influence of salesmanship and sales promotion of sales volume of softener royale products. The population in this research is as much as 9649 customers and the number of samples set as many as 100 respondents by using purposive sampling. Analytical methods used include data quality test, classical assumption test, multiple linear regression, t test, and f test. Based on instrument test, the indicators are valid and reliable. In the classical assumption test the data is normally distributed, the data has a linear relationship, no autocorrelation occurs, no symptoms of multicollinearity and no heteroskedasticity. Coefficient of determination shows the number of 0.428 which means salesmanship and sales promotion able to explain the variation of sales volume of 42.8%. Based on the result of t test and f test it can be concluded that salesmanship and sales promotion have positive and significant effect to sales volume of softener royale product either partially or simultaneously.

**Keywords:** Salesmanship, Sales Promotion, Sales Volume





## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Tugas Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulisan skripsi ini penulis persembahkan khusus kepada Ibu saya Lismawati Haloho dan Bapak saya Bistok Siburian beserta kakak saya Mega Siburian, serta Handris Siburian yang sangat saya cintai, yang telah memberikan cinta, kasih sayang, kesabaran dan nasihat serta inspirasi dalam hidup penulis serta memberikan dukungan moril maupun material serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.

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. Rorim Panday, MM, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadli Nursal, SE. M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Drs. Soehardi, MBA. Ph. D, dan M. Fadli Nursal, SE, M.M, selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi.
5. Ibu Tyna Yunita, SE, M.M, selaku penasehat akademis yang telah memberikan bantuan dan dukungan dan masukan selama perkuliahaan.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya selama penulis menuntut ilmu pada almamater ini.
7. Pimpinan serta staf dan seluruh karyawan PT. Bekasi Distribusindo Raya yang telah memberikan informasi dan data kepada penulis untuk menyelesaikan

penelitian ini (Pak Jopy, Pak Hardi, Pak Mulyadi, Pak Iwan , Pak Andri, Pak Iksan, Pak David, Pak Andrew)

8. Para penghuni Kontrakan Poniman yang selalu setia memberi dukungan dan support pada saat penulisan skripsi ini (Wisnu, Gigih, Kumis, Diki, Agung, Ainul, Ridwan, Ikbal)
9. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
10. Nong Tika wanita yang selalu membantu dan mengarahkan saya dalam pengerjaan skripsi ini terimakasih banyak boskuh.
11. Keluarga Besar 8C Manajemen P2K Angkatan 2014 yang telah banyak membantu dan memotivasi dalam menyelesaikan Skripsi ini
12. Seluruh pihak-pihak yang terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan kerjasama dalam pengerjaan skripsi ini, maupun dalam kehidupan penulis.

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

Bekasi, Juni 2018  
Penulis

Ronni Kristian Boy



## DAFTAR ISI

|                                                        |              |
|--------------------------------------------------------|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                             | <b>i</b>     |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>                | <b>ii</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                         | <b>iii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                         | <b>iv</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                   | <b>v</b>     |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                  | <b>vi</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                             | <b>vii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                 | <b>ix</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                              | <b>xii</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                              | <b>xiii</b>  |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                      | <br><b>1</b> |
| 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 Penulisan .....                        | 6            |
| <br><b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                | <br><b>8</b> |
| 2.1 Volume Penjualan.....                              | 8            |
| 2.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan ..... | 9            |
| 2.2 <i>Salesmanship</i> .....                          | 11           |
| 2.2.1 Fungsi Salesman.....                             | 12           |
| 2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Salesmanship.....       | 14           |
| 2.3 Sales Promotion .....                              | 16           |
| 2.3.1 Tujuan Sales Promotion .....                     | 17           |
| 2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Sales Promotion .....   | 18           |
| 2.4 PenelitianTerdahulu .....                          | 19           |

|                                             |                                    |           |
|---------------------------------------------|------------------------------------|-----------|
| 2.5                                         | KerangkaBerpikir.....              | 23        |
| 2.6                                         | HipotesisPenelitian .....          | 23        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>  |                                    | <b>25</b> |
| 3.1                                         | Desain Penelitian .....            | 25        |
| 3.2                                         | Tahapan Penelitian.....            | 25        |
| 3.3                                         | Model KonseptualPenelitian.....    | 26        |
| 3.4                                         | Instrumen Penelitian .....         | 27        |
| 3.5                                         | Tempat dan WaktuPenelitian.....    | 29        |
| 3.5.1                                       | TempatPenelitian.....              | 29        |
| 3.5.2                                       | Waktu Penelitian .....             | 29        |
| 3.6                                         | Sampel dan PopulasiPenelitian..... | 30        |
| 3.6.1                                       | PopulasiPenelitian .....           | 30        |
| 3.6.2                                       | SampelPenelitian .....             | 30        |
| 3.7                                         | Metode Analisis Data.....          | 31        |
| 3.7.1                                       | Uji Kualitas Data .....            | 31        |
| 3.7.2                                       | StatistikDeskriptif.....           | 32        |
| 3.7.3                                       | Uji Asumsi Klasik .....            | 32        |
| 3.7.4                                       | Regresi Linier Sederhana .....     | 35        |
| 3.7.5                                       | Regresi Linier Berganda.....       | 35        |
| 3.7.6                                       | Uji Hipotesis.....                 | 36        |
| <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b> |                                    | <b>38</b> |
| 4.1                                         | Profil Perusahaan .....            | 38        |
| 4.2                                         | Deskripsi Data.....                | 40        |
| 4.2.1                                       | Penyebaran Kuesioner .....         | 40        |
| 4.2.2                                       | Indentitas Responden.....          | 41        |
| 4.2                                         | Uji Kuesioner .....                | 43        |
| 4.2.1                                       | Uji Validitas .....                | 43        |
| 4.2.1                                       | Uji Reliabilitas .....             | 46        |
| 4.3                                         | Analisis Deskriptif Variabel ..... | 47        |

|                       |                                                                                         |           |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.4                   | Pengujian Asumsi Klasik.....                                                            | 48        |
| 4.4.1                 | Uji Normalitas .....                                                                    | 48        |
| 4.4.2                 | Uji Linieritas.....                                                                     | 51        |
| 4.4.3                 | Uji Multikolinearitas .....                                                             | 52        |
| 4.4.4                 | Uji Autokorelasi .....                                                                  | 53        |
| 4.4.5                 | Uji Heterokodastisitas .....                                                            | 54        |
| 4.5                   | Analisis Regresi Sederhana.....                                                         | 55        |
| 4.6                   | Analisis Regresi Berganda.....                                                          | 58        |
| 4.7                   | Pengujian Hipotesis .....                                                               | 59        |
| 4.7.1                 | Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                              | 59        |
| 4.7.2                 | Hasil Secara Parsial .....                                                              | 60        |
| 4.7.3                 | Hasil Secara Simultan.....                                                              | 61        |
| 4.8                   | Pembahasan Hipotesis .....                                                              | 62        |
| 4.8.1                 | Variabel <i>Salesmanship</i> Terhadap Volume Penjualan.....                             | 62        |
| 4.8.2                 | Variabel <i>Sales Promotion</i> Terhadap Volume Penjualan.....                          | 63        |
| 4.8.3                 | Variabel <i>Salesmanship</i> dan <i>Sales Promotion</i> Terhadap Volume Penjualan ..... | 64        |
| 4.9                   | Hambatan Penelitian .....                                                               | 64        |
| 4.9.1                 | Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....                                                | 65        |
| <b>BAB V</b>          | <b>PENUTUP.....</b>                                                                     | <b>66</b> |
| 5.1                   | Kesimpulan .....                                                                        | 66        |
| 5.2                   | Implikasi Manajerial .....                                                              | 66        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> |                                                                                         |           |
| <b>LAMPIRAN</b>       |                                                                                         |           |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 KerangkaBerpikir .....                                                                  | 23 |
| Gambar 3.1 Model Konseptual .....                                                                  | 27 |
| Gambar 4.1 StrukturOrganisasi PT. Bekasi Distribusindo Raya .....                                  | 39 |
| Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....                                                 | 41 |
| Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....                                   | 42 |
| Gambar 4.4 Histogram Uji Normalitas .....                                                          | 49 |
| Gambar 4.5 P-P Plot Normalitas .....                                                               | 49 |
| Gambar 4.6 Hasil Analisis Heteroskedastisitas .....                                                | 55 |
| Gambar 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Salesmanship Terhadap<br>Volume Penjualan ..... | 56 |
| Gambar 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Salesmanship Terhadap<br>Volume Penjualan ..... | 57 |

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Balasan Riset Dari Perusahaan
2. Kuesioner
3. Tabulasi Validitas
4. Tabulasi Reliabilitas dan All Responden
5. Hasil Output SPSS
6. Tabel R
7. Tabel DW
8. Tabel t
9. Tabel F



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Pelembut Pewangi Pakaian Tahun 2015<br>sampai dengan Tahun 2017 .....             | 2  |
| Tabel 1.2 Jumlah Salesman PT. Bekasi Distribusi Raya Wilayah Kota Bekasi .3                                          |    |
| Tabel 1.3 Data Penjualan Produk Pelembut Pakaian Merek Softener Royale pada<br>Bulan Agustus 2017 – Maret 2018 ..... | 4  |
| Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....                                                                       | 20 |
| Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....                                                                                 | 28 |
| Tabel 3.2 Bobot Kriteria Jawaban Skala Linkert .....                                                                 | 29 |
| Tabel 3.3 Tabel Keputusan Autokorelasi .....                                                                         | 34 |
| Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....                                                           | 40 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....                                                                           | 41 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....                                                             | 42 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Salesmanship .....                                                                     | 43 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Sales Promotion .....                                                                  | 44 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Volume Penjualan .....                                                                 | 45 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Salesmanship .....                                                                  | 46 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Sales Promotion .....                                                               | 46 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Volume Penjualan .....                                                              | 47 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....                                                                      | 47 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....                                                                                | 50 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas Salesmanship dengan Volume Penjualan .....                                           | 51 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas Sales Promotion dengan Volume Penjualan .....                                        | 52 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas .....                                                                         | 53 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi .....                                                                              | 54 |
| Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Berganda .....                                                                     | 58 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                                                     | 59 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji t .....                                                                                         | 60 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji F .....                                                                                         | 61 |