

## ABSTRAK

Dalam menghadapi kondisi perekonomian Indonesia saat ini yang tidak stabil, dan karena dampak dari adanya kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga bahan bakar minyak yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian, sehingga perusahaan harus dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan kemampuan bersaingnya.

Saluran distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan agar memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk pada tempat dan waktu yang tepat. Saluran distribusi sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan peningkatan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui bagaimana pengaruh saluran distribusi dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Maka dari itu penulis telah melakukan studi maupun penelitian lapangan dengan melakukan observasi langsung ke tempat objek penelitian di salah satu perusahaan tekstil di Bandung.

PT."X" yang berlokasi di Majalaya, Bandung, Jawa barat merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang tekstil. PT."X" berusaha memenuhi kebutuhan akan kain dengan melakukan penjualan produk kain tersebut dengan menggunakan jasa perantara maupun penjualan langsung kepada konsumen agar produk dapat sampai kepada konsumen akhir. Metode analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah analisis regresi, analisis korelasi *Pearson*, dan analisis nilai Determinasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa kuat atau besarnya pengaruh antara biaya saluran distribusi (*independent variable*) dengan volume penjualan (*Dependent variable*).

Berdasarkan data-data perusahaan yang telah diolah, maka didapat persamaan regresi  $Y = 97,96 + 7,98X$ . ini berarti bahwa setiap perubahan 1 unit variable *independent X* (biaya saluran distribusi) akan diikuti dengan perubahan variable *dependent Y* (volume penjualan) sebesar 7,98 (dalam jutaan rupiah), sedangkan hasil perhitungan koefisien korelasi (*r*) didapat nilai sebesar 0,837312272. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara biaya saluran distribusi dengan volume penjualan adalah positif dan kuat, sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 70,1 %, yang berarti bahwa saluran distribusi mempunyai peranan dalam meningkatkan volume penjualan sebesar 70,1 %, sisanya 29,9 % dipengaruhi oleh faktor lain, uji signifikan yang didapat dengan *t* hitung 13,14 dan *t* tabel 2,074.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa efektifitas biaya-biaya saluran distribusi dapat meningkatkan volume penjualan produk tekstil pada PT."X", sehingga hal ini harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	i
<b>KATA PENGANTAR</b>	ii
<b>DAFTAR ISI</b>	v
<b>DAFTAR TABEL</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran	5
1.6 Lokasi Penelitian	8
1.7 Metode Penelitian	8
1.7.1 Desain Penelitian	8
1.7.2 Jenis dan Sumber Data	9
1.7.3 Prosedur Pengumpulan Data	9
1.7.4 Metode Penentuan Sampel	10
1.7.5 Operasionalisasi Variabel	10
1.7.6 Metode Analisis	12
1.7.7 Uji Signifikan	14

1.8	Hipotesis	15
1.9	Sistematika Pembahasan	15

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1	Pengertian Pemasaran	17
2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	18
2.3	Bauran Pemasaran	19
2.3.1	Elemen Bauran Pemasaran	20
2.4	Pengertian Saluran Distribusi	23
2.5	Fungsi Saluran Distribusi	24
2.6	Bentuk Saluran Distribusi	26
2.7	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Pemilihan Saluran Distribusi	31
2.8	Keputusan Rancangan Saluran Distribusi	35
2.8.1	Analisis Tingkat Hasil Yang Diinginkan Pelanggan	36
2.8.2	Identifikasi Alternatif Saluran Pemasaran Utama	38
2.8.3	Evaluasi Alternatif Saluran Yang Utama	40
2.9	Pengaruh Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	41

## **BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Sejarah Dan Aktifitas Perusahaan	43
-----	----------------------------------	----

3.2	Produk Perusahaan	45
3.2.1	Proses Produksi Perusahaan	45
3.3	Daerah pemasaran	48
3.4	Struktur Organisasi	49
3.5	Deskripsi Jabatan	51

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Pelaksanaan Saluran Distribusi Yang Dilakukan Oleh PT.”X”	59
4.2	Armada operasional Yang Dimiliki Oleh PT.”X”	61
4.3	Analisis Biaya Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan	62
4.4	Analisis Regresi	67
4.4.1	Analisis Koefisien Korelasi Pearson	68
4.4.2	Analisis Koefisien Determinasi	70
4.4.3	Pengujian Hipotesis	71

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	76

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1.</b>	Tabel Operasional Variabel	11
<b>Tabel 4.1.</b>	Tabel Biaya Saluran Distribusi dan Volume Penjualan PT. "X"	62
<b>Tabel 4.2.</b>	Tabel Perubahan Biaya Distribusi dan Volume Penjualan PT. "X"	65
<b>Tabel 4.3.</b>	Tabel Pengolahan Data	66

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	Bagan Kerangka Pemikiran	8
<b>Gambar 1.2</b>	Kurva Distribusi t	15
<b>Gambar 2.1</b>	Saluran Pemasaran Barang Konsumen	28
<b>Gambar 2.2</b>	Saluran Pemasaran Barang Industri	31
<b>Gambar 3.1</b>	Proses Produksi PT.”X”	46
<b>Gambar 3.2</b>	Struktur Organisasi PT.”X”	50
<b>Gambar 4.1</b>	Grafik Biaya Saluran Distribusi	63
<b>Gambar 4.2</b>	Grafik Volume Penjualan	63
<b>Gambar 4.3</b>	Kurva Distribusi t	74