

## **PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN SUSU ZEE DI PT. CATUR SENTOSA ANUGERAH**

Oleh:

Dian Candra Fatihah.<sup>1</sup>, Fajar Ali.<sup>2</sup>

Email : [diancandrafatihah@gmail.com](mailto:diancandrafatihah@gmail.com)

Email : [Fajarali866@gmail.com](mailto:Fajarali866@gmail.com)

### **Abstrak**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu saluran distribusi sebagai variabel bebas (X) dan volume penjualan sebagai variabel terikat (Y). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan susu zee di PT. Catur Sentosa Anugerah. Data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuisioner. Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari saluran distribusi terhadap volume penjualan susu zee di PT. Catur Sentosa Anugerah. Untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut digunakan regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji T) dengan menggunakan SPSS 23. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode statistik regresi linier sederhana  $Y = 1,148 + 1,081 X$  yang menunjukkan pengaruh saluran distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y) adalah positif. Selanjutnya hasil pengujian koefisien korelasi menunjukkan nilai korelasi dari kedua variabel yaitu saluran distribusi dan volume penjualan sebesar 0,865 dengan arah hubungan yang positif dan dalam tingkat hubungan sangat kuat serta signifikan. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis, uji T sebesar 14,035 dengan sig 0,000. diperoleh t tabel sebesar 1,6682 dengan kata lain T hitung lebih besar dari T tabel ( $14,035 > 1,6682$ ). Jadi dapat disimpulkan  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat di artikan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan atau terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan susu zee di PT. Catur Sentosa Anugerah Bandung. Besarnya koefisien determinasi adalah 0,749 (75%) yang artinya saluran distribusi memberikan pengaruh sebesar 75% terhadap volume penjualan dan sebesar 25% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Saluran Distribusi, Volume Penjualan, PT. Catur Sentosa Anugerah .

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Di zaman serba modern ini berbagai bidang dapat dimasuki perusahaan atau industri akibat perubahan yang cepat dalam selera, teknologi dan persaingan. Untuk menghadapi persaingan, maka perusahaan perlu melaksanakan usaha kegiatan pemasaran dengan menggunakan saluran distribusi yang tepat sehingga tujuan dapat di capai. Tujuan utama perusahaan pada intinya sama, yaitu dapat meningkatkan volume penjualan sehingga laba yang di hasilkan akan terus meningkat, namun tanpa meninggalkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dalam rangka memperlancar arus barang dan jasa dari pihak produsen ke konsumen maka salah satu faktor yang sangat penting atau tidak boleh diabaikan adalah saluran distribusi. Perusahaan menekan pentingnya saluran distribusi mengingat bahwa cara ini dapat digunakan dan berfungsi sebagai tolak ukur kemampuan pemasaran di berbagai unit pemasaran tersebut. Dalam usaha mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran atau distribusi.

Dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan saluran distribusi, perusahaan harus memperhatikan faktor yang mempengaruhi pilihan saluran distribusi. Menurut Nickless (2008 ; 19) Faktor-faktor tersebut adalah pertimbangan pasar, pertimbangan produk, pertimbangan perantara, pertimbangan perusahaan. Keputusan memilih saluran distribusi tersebut menuntut kecermatan serta ketelitian yang tinggi, karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi sampai ke konsumen sehingga pada akhirnya akan ber pengaruh juga terhadap volume penjualan.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu volume penjualan susu zee di PT. Catur Sentosa Anugerah pada tahun 2018. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Pendistribusian Outlet Susu Zee Di Pt. Catur Sentosa Anugerah Bandung**

NO	BULAN	OUTLET/TOKO		
		AGEN BESAR (Toko)	RETAIL (Toko)	TOTAL
1	JANUARI	38	264	302
2	FEBRUARI	39	332	371
3	MARET	52	444	496
4	APRIL	45	378	432
5	MEI	33	361	394
6	JUNI	20	191	211
7	JULI	49	327	376
8	AGUSTUS	66	328	394
9	SEPTEMBER	61	482	543
10	OKTOBER	55	414	469
11	NOVEMBER	57	436	493
12	DESEMBER	54	460	514

**(Area bandung selatan dan timur) tahun 2018**

*Sumber: Data penjualan PT. Catur Sentosa Anugerah (2018)*

Berdasarkan tabel 1.1 pendistribusian terbesar ada dibulan desember dengan data outlet sebesar 514 outlet dan terendah dibulan juni sebesar 211 outlet.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Susu Zee Di Pt. Catur Sentosa Anugerah Bandung**  
**(Area Bandung Selatan Dan Timur) tahun 2018**

NO	Bulan	Target Penjualan (pcs)	Realisasi		Total Penjualan	Persentase
			Agen Besar (pcs)	Retail (pcs)		
1	Januari	80.000	67.562	32.438	100.000	125%
2	Februari	82.000	62.542	36.884	99.426	122%
3	Maret	85.000	78.562	58.588	137.150	161%
4	April	90.000	72.324	49.736	122.060	135%
5	Mei	95.000	52.682	35.878	88.560	94%
6	Juni	70.000	31.021	17.989	49.010	71%
7	Juli	98.000	67.934	45.965	113.899	117%
8	Agustus	100.000	89.554	56.936	146.500	147%
9	September	110.000	87.642	55.558	143.200	131%
10	Oktober	120.000	98.754	57.076	155.830	130%
11	November	130.000	102.358	67.152	169.510	131%
12	Desember	135.000	81.325	56.883	138.208	103%

*Sumber: Data penjualan PT. Catur Sentosa Anugerah (2018)*

Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 volume penjualan terendah berada pada bulan juni sebesar 49.010 dengan outlet sebanyak 211 dengan total presentase sebesar 71% dan penjualan tertinggi berada pada bulan november sebanyak 169.510 dengan outlet sebanyak 493 dengan Persentase sebesar 131 %. Pendistribusian terbesar ada dibulan desember dengan data outlet dan konsumen sebesar 514 dan volume penjualan 138.208 dengan total presentase 103% dan pendistribusian terendah ada pada bulan juni sebesar 211 dengan volume penjualan sebesar 49.010 dan total presentase sebesar 71%.

**A. Pokok Permasalahan**

Diketahui distribusi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan . Seperti menurut Basu Swastha (2001:22) Distribusi merupakan pernyataan barang dari produsen ke konsumen. Semakin luas pendistribusian maka akan mempengaruhi penjualan.

Namun dari hasil data penjualan serta pendistribusian produk susu zee di PT. Catur Sentosa Anugerah menunjukkan data yang fluktuatif karena ketika pendistribusian sangat tinggi belum tentu juga volume penjualan bisa naik pesat oleh karena dari itu hal ini yang menggerakkan pikiran peneliti untuk turut membahas tentang saluran distribusi dan penjualan . Dan sesuai kemampuan

dan pengetahuan peneliti, maka peneliti tertarik untuk meneliti skripsi dengan judul **“PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN SUSU ZEE DI PT. CATUR SENTOSA ANUGRAH .”**

#### **B . Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana gambaran saluran distribusi di PT Catur Sentosa Anugrah Bandung ?
2. Bagaimana gambaran volume penjualan susu zee di PT Catur Sentosa Anugrah Bandung ?
3. Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan susu zee di PT Catur Sentosa Anugrah Bandung ?
4. Apa saja hambatan yang berkaitan dengan pengaruh saluran dsitribusi terhadap volume penjualan susu zee di PT Catur Sentosa Anugrah Bandung ?
5. Bagaimana upaya penyelesaian masalah yang ditemui berkaitan dengan pengaruh saluran distribusti terhadap volume penjualan ?

#### **C. Tujuan Penelitian.**

1. Untuk mengetahui gambaran saluran distribusi di PT Catur Sentosa Anugrah Bandung
2. Untuk mengetahui gambaran volume penjualan susu zee di PT Catur Sentosa Anugrah Bandung
3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan susu zee di PT Catur Sentosa Anugrah Bandung
4. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang berkaitan dengan pengaruh saluran dsitribusi terhadap volume penjualan susu zee di PT Catur Sentosa Anugrah Bandung
5. Untuk mengetahui upaya penyelesaian masalah yang ditemui berkaitan dengan pengaruh saluran distribusti terhadap volume penjualan

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis . Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis . Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

##### 1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran mengenai pengaruh saluran distribusi dimasa yang akan datang , serta wawasan konsep praktek pekerjaan yang dilakukan dilapangan terhadap setiap orang yang akan melakukan pembekalan disaat terjun langsung ke dunia bisnis maupun pekerjaan.

##### 2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi penulis, yaitu memberikan tambahan pengetahuan untuk memperluas wawasan mengenai manajemen Pemasaran, baik melalui teori-teori maupun praktik khususnya mengenai saluran distribusi dan volume penjualan.

- b. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan atau sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan khususnya manajer pemasaran didalam merencanakan dan mengendalikan saluran distribusi seefektif dan seefisien mungkin, agar perusahaan dapat berjalan lebih baik lagi.
- c. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai studi kepustakaan bagi pihak yang memerlukan. Dan akhirnya penelitian yang penulis lakukan ini digunakan sebagai bahan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat meraih gelar kesarjanaan.
- d. Bagi peneliti lain, sumber informasi dan referensi.

## **METODE**

### **A. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **B. JENIS DATA DAN SUMBER DATA**

#### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya.

#### **2. Sumber Data**

Sumber data penelitian merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Suatu sumber data harus di proses terlebih dahulu untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

### **C. Definisi Operasional Variabel**

#### **1. Variabel bebas/Variabel Independent (X)**

Menurut Sugiyono (2013:59) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).

#### **2. Variabel terikat / Variabel Dependent (Y)**

Variabel terikat adalah variabel yang memberikan respon jika dihubungkan dengan variabel bebas.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2013:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah

outlet yang menjual produk kalbe yang terdapat di PT. Catur Sentosa Anugerah yang terdiri dari 215 responden.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013:116) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel diambil adalah jumlah outlet PT. Catur Sentosa Sebanyak 68 Responden dari 213.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pembuatan daftar pertanyaan tertulis mengenai permasalahan yang sedang diteliti kemudian diberikan kepada responden yang menjadi sampel penelitian yaitu outlet PT. Catur Sentosa Anugerah

### 2. Observasi

Adalah proses pencatatan perilaku subyek (orang)obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan dan komunikasi dengan individu yang diteliti. Dalam hal ini penulis mengamati aktivitas dan kegiatan pada sistematis pelayanan perusahaan terhadap pelanggan.

### 3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan sebagai landasan teori yang sumbernya berasal dari buku literatur, surat kabar dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

## F. Analisis Data

### 1. Skala Likert

Dalam pemilihan jawaban, peneliti menggunakan skala sikap yaitu skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2014:13) adalah “skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Peneliti menyediakan empat alternatif jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), ragu (R) tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

### 2. Analisis Deskriptif

Analisis data adalah metode proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis (Sugiyono, 2014:332).

### 3. Uji Validitas

Pada penelitian ini tinggi rendah validitas suatu angket/kuesioner dihitung dengan metode *pearson's product moment correlation* menggunakan alat bantu software komputer program *SPSS for windows versi 23.0 (Statistical Produk For Service Solution)*. Dalam keputusan pengujian validitas responden berikut ini adalah tahap korelasi yang digunakan :

- Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dilakukan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
- Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

### 4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan atau keajegan) alat pengumpul data (instrumen) yang digunakan. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik.

#### 5. Uji Normalitas

normal atau tidak berdistribusi normal, sehingga data tersebut dapat digunakan atau tidak dalam model regresi

#### 6. Uji Korelasi *Person Product Moment*

Analisis korelasi digunakan untuk mencari hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikat. Sehingga dapat diketahui besarnya sumbangan seluruh variabel bebas yang menjadi obyek penelitian terhadap variabel terikat. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment* dibantu oleh *software SPSS (Statistical Product Servis Solution)* versi 23.0.

#### 7. Analisis Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan. Menurut Sugiyono (2010:270) menjelaskan bahwa analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Volume Penjualan

a : Konstanta

X : Saluran Distribusi

B : Koefisien arah regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan

e : Kesalahan Pengganggu (*standar error*)

#### 8. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan presentase untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Koefisien Korelasi

#### 9. Uji Hipotesis

Sugiyono (2013:93) mengemukakan bahwa, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

#### 10. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien regresi parsial ( $r$ )<sup>2</sup> masing-masing variabel independen, yaitu pengaruh saluran distribusi secara individual secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak terhadap volume penjualan. Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

Ho: Saluran distribusi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Volume penjualan.

Ha: Saluran distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap Volume penjualan.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi adalah sebesar  $\alpha = 0,05$  atau 5% dengan derajat kebebasan ( $df=n-k-1$ ).

- Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima.

c. Mencari nilai  $t_{\text{tabel}}$

$$\alpha = 0,05 ; df = n-k-1$$

Dimana :

$n$  = Jumlah Data

$k$  = Jumlah variabel independen/bebas.

d. Mencari nilai  $t_{\text{hitung}}$

Nilai  $t_{\text{hitung}}$  dapat dicari dengan rumus :

$$T_{\text{hitung}} = \frac{\text{Koefisien Regresi}}{\text{Standar Deviasi}}$$

e. Menentukan daerah penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan T hitung dengan T tabel.

Uji Validitas Y (Volume Penjualan)

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,551	0,201	Valid
Item 2	0,523	0,201	Valid
Item 3	0,617	0,201	Valid
Item 4	0,471	0,201	Valid
Item 5	0,624	0,201	Valid
Item 6	0,480	0,201	Valid
Item 7	0,563	0,201	Valid
Item 8	0,471	0,201	Valid
Item 9	0,563	0,201	Valid
Item 10	0,498	0,201	Valid

Sumber: Output SPSS 23 Dari Hasil Kuesioner Ditolah Penulis (2019)

\* Apabila  $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$  , variabel independen secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan Ho diterima dan Ha ditolak.

\* Apabila  $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$  , variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan Ho ditolak dan Ha diterima.

f. Pengambilan keputusan hipotesis berdasarkan probabilitas (*P-Value*) Dengan menggunakan nilai probabilitas, Hipotesis akan diterima jika probabilitas kurang dari 0,05 dan Hipotesis akan ditolak jika probabilitas lebih dari 0,05.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Deskriptif Statistik Analisis Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuisisioner yang dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi saluran distribusi, dan volume penjualan. Dalam tabel dibawah akan ditampilkan deskripsi obyek penelitian yang meliputi jumlah observasi (N), rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum serta standar deviasi untuk masing-masing variabel. Hasil data deskriptif dapat dilihat sebagai berikut :

Deskriptif Statistik Analisis Penelitian Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan di PT. Catur Sentosa Anugerah Bandung

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_X	68	25	38	32,93	3,107
TOTAL_Y	68	28	45	37,01	3,381
Valid N (listwise)	68				

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.6 tersebut, dengan sampel pengamatan sebanyak 68 sampel. Saluran distribusi mempunyai nilai minimum 25 nilai maksimum 38 *mean* 32,93 dan *standar deviation* 3,107. Volume penjualan mempunyai nilai minimum 28 nilai maksimum 45, *mean* 37,01 dan *standar deviation* 3,381.

### B. HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIBILIAS1. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas X (Saluran Distribusi)

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,750	0,201	Valid
Item 2	0,529	0,201	Valid
Item 3	0,427	0,201	Valid
Item 4	0,750	0,201	Valid
Item 5	0,411	0,201	Valid
Item 6	0,300	0,201	Valid
Item 7	0,529	0,201	Valid
Item 8	0,770	0,201	Valid

Sumber: Ouput SPSS 23 Dari Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2019)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sebagai indikator untuk variabel saluran distribusi adalah valid dan dapat digunakan dalam kuesioner. Data tersebut dikatakan valid dikarenakan nilai r hitun lebih besa atau sama dengan r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ).

Berikut adalah hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS 23 untuk variabel terikat Y (Volume Penjualan)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sebagai indikator untuk variabel volume penjualan adalah valid dan dapat digunakan dalam kuesioner. Data tersebut dikatakan valid dikarenakan nilai  $r$  hitung lebih besar atau sama dengan  $r$  tabel ( $r$  hitung  $\geq r$  tabel).

### 3. Hasil Uji Realibilitas

Teknik yang digunakan untuk menguji keandalan kuseioner pada penelitian ini adalah *Cronbach Alpha*. Apabila koefisen reliabilitas lebih besar dari 0,60 maka keseluruhan item dinyatakan adalah andal (*reliable*). Berikut adalah hasil uji reliabilitas untuk dengan menggunakan SPSS 23 adalah sebagai berikut:

#### Uji Realibilitas Variabel X (Saluran Distribusi)

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	8

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji Reliabilitas variabel X seluruh item pertanyaan yang diajukan adalah reliabel atau andal. Dikarnakan nilai *cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

#### Uji Realibilitas Variabel Y (Volume penjualan)

Cronbach's Alpha	N of Items
,721	10

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji Reliabilitas variabel Y seluruh item pertanyaan yang diajukan adalah reliabel atau andal. Dikarnakan nilai *cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

### C. UJI NORMALITAS

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-smirnov* dengan *SPSS versi 23*.

#### Tabel Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,94405971
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,040
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dalam Uji Normalitas Ini, dalam pengambilan keputusan berdasarkan :

- Ho ditolak jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05
- Ho diterima jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05, maka Ho diterima, artinya sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

#### **D. Koefisien Determinasi**

Hasil perhitungan koefisien determinasi yang dilakukan menggunakan SPSS versi 23. Adalah sebagai berikut:

#### **Hasil Uji Koefisien Determinasi**

##### **Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 <sup>a</sup>	,749	,745	1,959

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Dari Tabel 4.12 diatas menunjukkan nilai  $R^2$  0,749 kemudian angka tersebut diubah kedalam bentuk persen menjadi sebesar 75% artinya Saluran Distribusi memberikan pengaruh sebesar 75% terhadap Volume Penjualan dan sebesar 25% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **E. Analisis Regresi linier Sederhana**

Berikut ini pengujian analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23:

#### **Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,418	2,547		,557	,580
	TOTAL_X	1,081	,077	,865	14,035	,000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Dari Tabel diatas menginformasikan model persamaan regresi yang diperoleh dengan koefisien konstanta dan koefisien variabel yang ada dikolom *Unstandardized Coefficients B*. Berdasarkan tabel ini diperoleh model persamaan regresi dan menghasilkan nilai persamaan rumusnya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,418 + 1,081X$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan:

- Nilai konstanta (a) adalah 1,418 maka, Jika nilai Saluran Distribusi sebesar nol ( $x=0$ ), maka nilai Volume penjualan akan sebesar 1,418.
- Nilai b sebesar 1,081 yang artinya jika saluran distribusi meningkat sebesar 1 kali maka akan di prediksi meningkatkan volume penjualan sebesar 1,081 dilihat dari nilai saluran distribusi memiliki nilai yang positif (searah).

## F. Analisis Koefisien Korelasi

Digunakan analisis koefisien korelasi dapat dilihat menggunakan SPSS versi 23. Sebagai berikut:

### Korelasi Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Susu Zee di PT. Catur Sentosa Anuerah Bandung

Correlations

		TOTAL_X	TOTAL_Y
TOTAL_X	Pearson Correlation	1	,865**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	68	68
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,865**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	68	68

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Table diatas bahwa nilai korelasi dari kedua variabel yaitu saluran distribusi dan volume penjualan sebesar 0,865 dengan arah hubungan yang positif. Menurut sugiyono (2013) bahwa interval koefisien 0,80 – 1,000 berada pada tingkat hubungan yang sangat kuat. Selanjutnya tabel 4.13 nilai signifikansi sebesar 0,000 dapat dikatakan variabel saluran distribusi terdapat hubungan yang

signifikan dengan volume penjualan. Karena kriteria pada pengujian jika  $0,000 < 0,05$  maka korelasi tersebut signifikan.

### G. Pengujian Hipotesis Penelitian

Berikut ini hasil perhitungan uji statistik dengan menggunakan SPSS versi 23.

#### Hasil Perhitungan Uji Statistik Uji T Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,418	2,547		,557	,580
	TOTAL_X	1,081	,077	,865	14,035	,000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Untuk menguji pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan maka diperlukan pengujian statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. Merumuskan Hipotesis

Ho : Saluran distribusi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Volume penjualan.

Ha: Saluran distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap Volume penjualan.

#### 2. Menentukan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%

Tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka Ho di tolak dan Ha diterima.

#### 3. Mencari nilai Ttabel

Mencari nilai Ttabel dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ;  $df = n-k-1=30$ ) maka diperoleh 1,6682.

#### 4. Mencari nilai Thitung

Berdasarkan tabel diperoleh T hitung dari variabel Saluran Distribusi sebesar 14,035.

#### 5. Menentukan daerah penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan Thitung dengan Ttabel dengan ketentuan :

\* Apabila  $Thitung < Ttabel$ , Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dan Ho diterima.

\* Apabila  $Thitung > Ttabel$ , Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan Ho ditolak.

Dari tabel dapat diketahui nilai t hitung sebesar 14,035 dengan sig 0,000. Kemudian untuk t tabel =  $68-2 = 66$  maka diperoleh t tabel sebesar 1,6682, angka tersebut didapat dari buku Ghazali (2013:464). Jadi dapat disimpulkan Ho di tolak dan Ha diterima, atau dapat di artikan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan atau terdapat pengaruh yang positif

dan signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan susu zee di PT. Catur Sentosa Anugerah Bandung.

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Catur Sentosa Anugerah tentang saluran distribusi dan pengaruhnya terhadap volume penjualan. Dan kuesioner yang disebar kepada konsumen serta studi pustaka yang dilakukan penulis maka dapat di simpulkan:

1. Berdasarkan tabel 4.1 pendistribusian terbesar ada dibulan desember dengan data outlet sebesar 514 outlet dan terendah dibulan juni sebesar 211 outlet. Berdasarkan tabel 4.1 dan 4.2 volume penjualan terendah berada pada bulan juni sebesar 49.010 dengan outlet sebanyak 211 dengan total presentase sebesar 71% dan penjualan tertinggi berada pada bulan november sebanyak 169.510 dengan outlet sebanyak 493 dengan Persentase sebesar 131 % Sedangkan pendistribusian terbesar ada dibulan desember dengan data outlet dan konsumen sebesar 514 dengan volume penjualan 138.208 dengan total presentase sebesar 103% dan pendistribusian terendah ada pada bulan juni sebesar 211 dengan volume penjualan sebesar 49.010 dan total presentase sebesar 71%. Diketahui distribusi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan . Seperti menurut Basu Swastha (2001:22) Distribusi merupakan pernyataan barang dari produsen ke konsumen. Semakin luas pendistribusian maka akan mempengaruhi penjualan.
2. Dari 68 responden yang dijadikan sampel oleh penulis sebanyak 46 % perempuan dan 54 % laki-laki yang rata- rata berusia > 30 tahun tingkat pendidikan yang ditempuh rata rata berada di tingkat SMP dan SMA. Dari perhitungan statistik koefisien determinasi diketahui bahwa hasil saluran distribusi produk susu zee mempengaruhi Volume Penjualan di PT. Catur Sentosa Sebesar 75 % dan sisanya 25 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti penulis. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuisisioner yang dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi saluran distribusi, dan volume penjualan. Berdasarkan hasil perhitungan dengan sampel pengamatan sebanyak 68 sampel. Saluran distribusi mempunyai nilai minimum 25 nilai maksimum 38 *mean* 38 dan *standar deviation* 3.107. Volume penjualan mempunyai nilai minimum 28 nilai maksimum 45, *mean* 37,01 dan *standar deviation* 3,881. Dari perhitungan statistik menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X ( Saluran Distribusi) dan Y (Volume penjualan). Dan memiliki tingkat ubungan yang sangat kuat karena korelasi menunjukkan angka di dalam interval 0,80 -1,000.
3. Permasalahan yang terjadi pada perusahaan PT. Catur Sentosa Anugerah adalah :
  - a. Produk belum terdistribusi merata.
  - b. Harga menjadi hambatan ketika kompetitor baru akan masuk pasar.

- c. Brand susu ZEE belum bisa mengalahkan brand susu bubuk utama yang sudah familiar di semua kalangan masyarakat
- d. Promosi yang dikeluarkan belum maksimal sehingga hanya bisa sedikit menaikkan volume penjualan
- 4. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, volume penjualan sebagian besar dipengaruhi oleh saluran distribusi, sehingga dapat dikatakan semakin luas saluran distribusi maka akan mempengaruhi volume penjualan . Dengan semakin luasnya saluran distribusi memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk dan meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan .

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang telah diutarakan sebelumnya, penulis mencoba memberikan saran untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan menambah inovasi baru.

- 1. Merapatkan dan memperbanyak Outlet/toko baru agar distribusi semakin merata
- 2. Meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan (Outlet)
- 3. Melakukan kegiatan-kegiatan dilingkungan sekolah SD , SMP , SMA dan sekaligus masyarakat luas agar dapat dikenal disegala kalangan.
- 4. Membuat usaha promosi yang tepat sasaran juga bisa menguntungkan segala pihak seperti penjual dan pembeli.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **A. BUKU ILMIAH**

- 1. Arikunto, Suharsimi. (2006). **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik**. Rineka Cipta : Jakarta.
- 2. Assauri, Sofjan. (2007). **Manajemen Pemasaran**, Rajawali Pers :Jakarta.
- 3. .Basu, Swastha.(2001). **Manajemen Penjualan**, BFSE:Yogyakarta.
- 4. Basu, Swastha DH. (1999). **Asas-Asas Marketing**. Liberty : Yogyakarta.
- 5. Buchari, Alma. (2005). **Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa**, Alfabeta : Bandung.
- 6. Djasmin. Saladin. (2004). **Manajemen Pemasaran**. Linda Karya : Bandung .
- 7. Ghozali, Imam. (2005). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS**. Badan Penerbit UNDIP : Semarang
- 8. Hurriyati, Ratih. (2010). **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Alfabeta : Bandung.
- 9. Kodrat, Davt Sukardi. (2009). **Manajemen Distribusi**. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- 10. Kotler, Philip dan Keller. (2012). **Manajemen Pemasaran**. Erlangga : Jakarta.
- 11. Kotler, Philip. (2009). **Manajemen Pemasaran**, Erlangga:Jakarta.
- 12. Kotler, Philip dan Keller.(2007). **Manajemen Pemasaran**, PT. Indeks :Jakarta.

13. Mulyadi, (2005). **Akuntansi Biaya**. UPPAMP YKPN : Yogyakarta.
14. Nickels, Willian G. (2008). **Manajemen Pemasaran Modern**. Liberty Offset :Yogyakarta.
15. Simamora, Henry. (2000). **Manajemen Pemasaran Interasional** . Salemba Empat : Jakarta.
16. Sugiyono. (2009). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D** Alfabetha:Bandung.
17. Sugiyono. (2013). **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Alfabetha : Bandung.
18. Tjiptono, Fandy. (2008). **Strategi Pemasaran, Edisi 3**, Andi : Yogyakarta.
19. Tjiptono, Fandy. (2011). **Service Management Mewujudkan Layanan Prima**. Andi: Yogyakarta.

#### **B. DOKUMEN :**

1. Guntari, Vani Widyanti. 2010. *Peranan Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Makmur Nanjung*. Skripsi. Program Strata -1 Universitas Widyatama(dipublikasikan)
2. Irkhamnillah, Mukh. 2010. *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pocari Sweat pada UD. Borobudur Jombang*. Skripsi. Program Strata S-1 Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Persatuan Guru Republik Indonesia (Dipublikasikan)
3. Sa'idah, Lely. 2009. *Pengaruh Saluran Distribusi dan Harga terhadap Volume Penjualan pada Industri Rumah Tangga Sodok Desa Karangrejo*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. (Dipublikasikan).
4. Muflichah, Inayati Rakhmi, 2008. *Analisis Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi Dalam Usaha Peningkatan Volume Penjualan pada CV. Karunia Rafma di Sukoharjo*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Indriani, Ira. 2018. *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Sinar Kalimantan Berau Tanjung Redeb*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhamadiyah.

#### **C. WEBSITE**

1. <http://www.google.com>
2. <http://digilib.uin-suka.ac.id/>
3. <http://repository.widyatama.ac.id>
4. <http://digilib.piksi.ac.id/digilib/>
5. <https://books.google.co.id/>
6. <http://journal.unpad.ac.i>