

**ANALISIS PENGARUH BIAYA SALURAN DISTRIBUSI DAN  
BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA  
UD. DIMENSI KUDUS**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**EDI SUHANDARI**

**B100030228**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2007**

## **PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH BIAYA SALURAN DISTRIBUSI DAN BIAYA  
PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD. DIMENSI  
KUDUS**

Yang ditulis oleh Edi Suhandari, NIM B100030228

Penanda tangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Februari 2007

Pembimbing

( Sri Murwanti, SE, MM )

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

( Drs. Syamsudin, MM )

## MOTTO

إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ

Hanya Engkau yang kami sembah, dan hanya kepada  
Engkau kami meminta pertolongan (Al-Fatihah: 5).

Beraqidah salimah, beribadah shohihah, berakhlaqul karimah,  
berjasad kuat dan sehat.

(Edi Suhandari)

Bersyukur atas nikmat yang ada,  
Bersabar ketika cobaan menimpa,  
Do'a, ikhtiar dan tawwakal dalam setiap usaha.

(Edi Suhandari)

Hari kemarin jadikan instropeksi diri,  
Hari ini manfaatkan dengan baik,  
Hari esok persiapkan hari ini dan hanya Allah yang tahu.

(Edi Suhandari)

## PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan kepada :

- ☞ Ibu dan Bapak sebagai tanda baktiku, sekalipun ini belum seberapa dibandingkan perjuanganmu namun inilah yang dapat aku persembahkan untukmu, saya berharap semoga ini bisa memberikan sedikit rasa senang sebagai bukti keseriusan atas kepercayaan yang diberikan kepadaku dan semoga tidak mengecewakanmu.
- ☞ Seluruh anggota keluarga yang aku sayangi atas perhatian dan pengertiannya selama ini yang turut mendukungku.
- ☞ Civitas akademika, sahabat-sahabatku semuanya, dan almamater sebagai tempatku menimba ilmu.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh*

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah karena telah memberikan begitu banyak nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Analisis Pengaruh Biaya Saluran Distribusi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Dimensi Kudus” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mempunyai banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu dalam karya ini penulis tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan yang penuh ketulusan, kesabaran, dan keikhlasan dari banyak pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Syamsudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta dan sebagai pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan dalam masalah perkuliahan.
3. Ibu Sri Murwanti, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.

4. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali ilmu sewaktu kuliah.
5. Bapak, Ibu, serta seluruh anggota keluargaku yang penuh perhatian membantu penulis untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Sahabat-sahabatku kelas E angkatan 2003 atas kebersamaannya.
7. Sahabat-sahabatku semuanya saja yang tak bisa aku tulis disini yang begitu banyak memberikan sumbangan, motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sekali lagi menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini. Dan harapan penulis semoga karya ini dapat bermanfaat.

*Wassalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh.*

Surakarta, Februari 2007

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAKSI .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah .....	3
C. Perumusan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian .....	4
F. Sistematika Skripsi.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Pengertian Pemasaran, Manajemen Pemasaran, dan Konsep Pemasaran .....	6
B. Pengertian Marketing Mix .....	8
C. Pengertian dan Fungsi Saluran Distribusi.....	10

D. Jenis Saluran Distribusi.....	14
E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Pemilihan Saluran Distribusi.....	17
F. Pengertian Promosi .....	22
G. Tujuan Promosi .....	24
H. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi .....	26
I. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	29
J. Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A. Kerangka Pemikiran.....	33
B. Hipotesis.....	34
C. Data dan Analisis Data.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
F. Metode Analisis Data.....	35
<b>BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	40
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	40
2. Struktur Organisasi .....	41
3. Personalia .....	44
4. Proses Produksi .....	45
5. Hasil Produksi .....	46
6. Pemasaran .....	45



B. Data dan Analisis Data .....	47
C. Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan .....	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	59
C. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV. 1    Data Volume Penjualan .....	48
Tabel IV. 2    Data Biaya Distribusi .....	49
Tabel IV. 3    Data Biaya Promosi .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III. 1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar IV. 1 Struktur Organisasi perusahaan .....	42
Gambar IV.2 Proses Produksi UD. Dimensi Kudus .....	45

## ABSTRAKSI

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan meminimkan biaya produksi untuk mencapai laba maksimal. Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai ukuran terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya.

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah : "Apakah Biaya Saluran Distribusi dan Biaya Promosi Mempunyai Pengaruh Terhadap Volume Penjualan?". Sedangkan hipotesis yang diajukan penulis adalah diduga terdapat pengaruh biaya distribusi dan promosi terhadap volume penjualan, dan diduga biaya promosi mempunyai pengaruh yang dominan terhadap volume penjualan.

Berdasarkan pengolahan data dengan bantuan komputer program SPSS 10.0 *for Windows* diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = 152.763.662,460 + 5,817 X_1 + 12,779 X_2$ . Uji F diperoleh  $F_{hitung}$  biaya distribusi dan biaya promosi sebesar 41,589 dan  $F_{tabel}$  3,81 ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ), maka menunjukkan bahwa biaya distribusi dan biaya promosi secara bersama-sama atau serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Uji t diperoleh  $t_{hitung}$  biaya distribusi ( $X_1$ ) sebesar 2,223 dan  $t_{tabel}$  2,160 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ), sehingga  $H_0$  ditolak berarti biaya distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan, dan  $t_{hitung}$  biaya promosi ( $X_2$ ) sebesar 4,075 dan  $t_{tabel}$  2,160 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ), sehingga  $H_0$  ditolak berarti biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. Hasil perhitungan tersebut menjawab hipotesis kedua dimana biaya promosi merupakan variabel yang berpengaruh secara dominan dibanding dengan biaya distribusi dengan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  serta nilai beta variabel biaya promosi dengan nilai  $t_{hitung}$  4,075 dan beta sebesar 0,638 lebih besar dibanding nilai variabel biaya distribusi.

Dari hasil analisis data diperoleh  $R^2$  sebesar 0,865 ini menunjukkan bahwa variabel biaya distribusi, dan biaya promosi mempunyai kontribusi pengaruh terhadap variabel volume penjualan sebesar 86,5%. Sedangkan sisanya sebesar 13,5% mendapat kontribusi dari variabel lain yang tidak penulis teliti.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dan kedua adalah terbukti.