

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PT. BATAM
TEXTILE INDUSTRY UNGARAN, SEMARANG)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

GESTY EGA ARDIAN

NIM. B 100 070 180

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PT. BATAM
TEXTILE INDUSTRY UNGARAN, SEMARANG)

Yang ditulis oleh :

GESTY EGA ARDIAN

B. 100 070 180

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta, Juni 2011

Pembimbing

Drs. H. Ma'ruf, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **GESTY EGA ARDIAN**
NIRM : **07.6.106.02016.50180**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN (STUDI
KASUS PADA PT. BATAM TEXTILE INDUSTRY
UNGERAN, SEMARANG)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **9 Juni 2011**

Yang membuat pernyataan,

GESTY EGA ARDIAN
.....

MOTTO

Tidak ada harga atas waktu, tapi waktu sangat berharga. Memiliki waktu tidak menjadikan kita kaya, tetapi menggunakannya dengan baik adalah sumber dari semua kekayaan.

(Mario Teguh)

Menuju hebat itu tidak akan diberi secara mudah dan tenang. Sukses itu diraih jika kamu melalui tantangan dan doa kepada Tuhan yang direstui orangtua.

(Twitter@TerimakasihIBU)

Lakukan yang terbaik dan serahkan kepada Tuhan, biar dia yang menentukan.

Do the best and let god do the rest.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya tulis ini teruntuk :

1. Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan dan telah memberikan pengaruh dalam hidupku.
2. Adik tercinta yang selalu membawa keceriaan yang membuat “Hidup lebih Hidup”
3. Muhammad Said Kurniawan, SE
4. Almamater

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah yang telah memberikan kesabaran, kekuatan dan kemudahan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini

Penyusun skripsi ini bermaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini hambatan dan kesulitan yang dipenuhi penulis, namun berkat izin Allah dengan do'a dan bantuan berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. H. Ma'ruf, MM selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan serta memberi saran hingga terwujudnya skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Nur Achmad, SE, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberi bimbingan dalam menempuh perkuliahan.
6. Dosen dan seluruh staff dan karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

7. Terima kasih Papa & Mama yang selalu memberikan doa serta dorongan baik yang berupa materiil maupun spritual.
8. Muhammad Said Kurniawan, SE terima kasih telah memberikan ojekan gratis Delanggu – Unggaran dan membuat hari-hariku bahagia.
9. Adik-adikku Eva dan Rio tercinta terima kasih telah menghiburkan saat susah dan senang.
10. Pakde H. Utomo, Pakde Heru, Om Nono yang telah memberikan bantuan, suport sehingga dapat melakukan penelitian di PT. Batam *Textile Industry* Ungaran Semarang
11. Mas Doni, Mas Wawan, Mbak Yaya, Mbak Tiwik, Mbak Winda terima kasih telah memberikan bantuan selama ini kepada penulis.
12. Pimpinan dan seluruh karyawan PT. Batam *Textile Industry* dimana penulis melakukan penelitian
13. Ita, Bahrul, Nia, Yuni, Susi, Ana Anis, Edi, Ari, Pay, Arman, Tukul terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis terutama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terima kasih banyak.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna karena kurangnya pengalaman kemampuan penulis. Oleh karena itu dengan terbuka penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun.

Wassalam' mungalaikum Wr. Wb

Surakarta, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Promosi.....	6
1. Pengertian Promosi	6
2. Arti Penting Promosi.....	7

3. Tujuan Promosi	7
4. Marketing Mix.....	8
B. Saluran Distribusi.....	9
1. Pengertian Saluran Distribusi.....	9
2. Faktor-faktor Distribusi Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran	10
3. Fungsi Saluran Distribusi.....	16
4. Seleksi Saluran Distribusi	18
C. Volume Penjualan	20
1. Pengertian Volume Penjualan	20
2. Fungsi dari Penjualan.....	22
D. Penelitian Terdahulu	24
BAB III. METODELOGI PENELITIAN	28
A. Kerangka Pemikiran	28
B. Hipotesis	29
C. Metode Penelitian.....	29
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	43
B. Lokasi Perusahaan.....	45
C. Struktur Organisasi Perusahaan.....	46
D. Mekanisme dan Sistem Pembagian Kerja	48
E. Jenis Produksi Perusahaan.....	50
F. Bahan Baku Produksi Perusahaan.....	51
G. Proses Produksi PT. Batam <i>Textile Industry</i>	51

H. Disiplin Kerja Perusahaan	61
I. Pemasaran	64
J. Deskripsi Data.....	64
K. Deskripsi Data Penelitian.....	66
L. Analisis Kuantitatif	67
BAB V. PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Keterbatasan Penelitian.....	78
C. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Data Biaya Promosi, Biaya Distribusi dan Volume PT. Batam <i>Textile Industry</i> Ungaran, Semarang (dalam rupiah)	66
Tabel 4.2	Deskripsi Data (dalam rupiah)	66
Tabel 4.3	Uji Normalitas	67
Tabel 4.4	Hasil Perhitungan Uji Linearitas	68
Tabel 4.5	Hasil Regresi Parsial.....	69
Tabel 4.6	Hasil Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Batam <i>Textile Industry</i>	47
Gambar 4.2 Proses Produksi PT. Batam <i>Textile Industry</i>	52

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan. 2) Untuk mengetahui pengaruh biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan. 3) Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan.

Hipotesis penelitian adalah 1) Ada pengaruh signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan. 2) Ada pengaruh signifikan dari biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan. 3) Ada pengaruh signifikan dari biaya promosi dan biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan.

Berdasarkan hasil uji t_{test} diperoleh nilai t_{hitung} variabel promosi (5,142) berarti $> t_{\text{tabel}}$ (2,264) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti promosi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan dan variabel distribusi (4,963) berarti $> t_{\text{tabel}}$ (2,264) maka H_0 ditolak berarti biaya saluran distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan.

Hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 37,643 lebih besar dari F_{tabel} 4,26. Dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel Promosi (X_1) dan Distribusi (X_2) secara bersama-sama atau serentak terhadap volume penjualan

Hasil koefisien determinasi sebesar 0,893 menunjukkan bahwa 89,3% variasi variabel volume penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Promosi (X_1) dan Distribusi (X_2). Sedangkan 10,7% lainnya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam model

Keywords : Biaya Promosi, Biaya Saluran Distribusi dan Volume Penjualan