

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP VOLUME PENJUALAN JAGUNG
DI UD. SARI AGUNG JA TINOM**



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :
SLAMET WIDODO
B 100 100 108

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417 Fax.
715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: ums@ums.ac.id

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi/ tugas akhir :

Pembimbing

Nama : Ir. Irmawati, SE, M.Si

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/ tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : SLAMET WIDODO

NIM : B 100 100 108

Program Studi: MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN JAGUNG DI UD.
SARI AGUNG JATINOM

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, Februari 2015

Pembimbing

(Ir. Irmawati, SE, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE, Msi)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah saluran distribusi dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan jagung di UD. Sari Agung Jatinom. Penelitian ini menggunakan populasi karyawan dan masyarakat sekitar UD. Sari Agung jatinom. Metode pengumpulan data dengan membagikan kuisisioner sebanyak 100 angket kepada reponden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji regresi linier berganda, Uji t, Uji F, Uji R^2 (Koefisiendeterminasi). Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi dan kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan itu terbukti. Dari kedua variabel tersebut variabel saluran distribusi yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kata Kunci :*saluran distribusi, kualitas produk dan volume penjualan.*

A. PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, membuat para pengusaha berusaha untuk meningkatkan volume penjualannya untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Para pengusaha akan berusaha sekuat tenaga untuk melakukan cara yang terbaik supaya penjualan produknya meningkat. Hal ini mendorong para pengusaha untuk selalu membuat strategi yang paling baru agar produk yang mereka jual dapat bersaing dipasar. Beberapa strategi yang muncul dipikiran para pengusaha yang dapat mempengaruhi volume penjualan ini diantaranya masalah saluran distribusi dan kualitas dari produk tersebut.

Menurut Djaslim Saladin (2006: 153), “saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi”. Saluran distribusi merupakan suatu kegiatan penting untuk memperlancar pengiriman barang sehingga penjualan bisa tercapai sesuai target yang diinginkan. Kelancaran pendistribusian sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor yang bisa memperlancar dan menghambat kegiatan pendistribusian. Untuk itu para pengusaha harus memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi kelancaran kegiatan pendistribusian barang produknya.

Dalam kegiatan pendistribusian karakteristik produk tersebut harus diperhatikan, untuk menentukan saluran distribusi apa yang harus dipakai supaya produk tersebut bisa sampai tujuan dengan tepat waktu. Hal tersebut membuat pelanggan senang, sehingga hubungan kerjasama tetap berjalan baik maka volume penjualan dapat ditingkatkan.

Produk adalah sebuah hal terpenting yang diproduksi dan dijual dalam sebuah usaha. Kotler dalam Simamora (2001: 139) menyatakan: “produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan”. Usaha bisa berjalan lancar apabila produknya bisa dipasarkan, untuk memasarkan

produknya tersebut para pengusaha dituntut untuk memperhatikan kualitas produknya, sehingga bisa bersaing dipasaran.

Kualitas produk sendiri ditentukan oleh beberapa faktor disamping produk tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang baik dan lebih dari produk pesaing membuat produk bisa merebut pangsa pasar atau mampu mengguguli, maka volume penjualan perusahaan juga akan naik.

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang “ PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN JAGUNG DI UD.SARI AGUNG JATINOM ”

B. METODELOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan adalah riset konklusif atau diskriptif, menyediakan informasi yang membantu manajer mengevaluasi dan menyeleksi rangkaian tindakan. Analisis diskriptif merupakan gambaran fenomena atau karakteristik dari data yang telah dikumpulkan tanpa adanya kesimpulan yang berlaku untuk di generalisasikan, Wiyono Gendro (2011: 171).

2. Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga periset merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut. (Isjanto, 2005, dalam buku Sunyoto, D. 2012: 27). Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data presepsi tentang saluran distribusi, kualitas produk dan volume penjualan.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yaitu dengan membagikan kuesioner, yang menampilkan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan untuk

dijawab oleh responden yang bersangkutan dengan memberikan skor tertentu (1-5). Dalam kuesioner ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu suatu fenomena social termasuk bidang bisnis, Supriyanto (2009: 99).

Jawaban dari item pertanyaan tersebut nantinya diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5, dengan ketentuan :

nilai 5 = sangat setuju

nilai 4 = setuju

nilai 3 = cukup setuju

nilai 2 = kurang setuju, dan

nilai 1 = sangat tidak setuju

C. ANALISIS

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran menunjukkan tingkat ketepatan atau keandalan suatu alat ukur dalam penelitian. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data adalah valid, jadi instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Supriyanto, 2009: 109).

Rumus yang digunakan adalah rumus korelasi *bivariate person*

$$\text{yaitu : } R_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{\{n \sum i^2 - (\sum i)^2\} \{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}}}$$

keterangan :

R_{ix} : Koefisien korelasi item-total (*bivariate person*)

$\sum ix$: Jumlah perkalian i dan x

n : Banyaknya subyek

i : Skor item ke- i

x : Skor total

$\sum i^2$: Jumlah kuadrat dari i

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat dari x

(Wiyono Gendro, 2011: 111)

2. Uji Reliabilitas

Menurut Supriyanto (2009: 111) reliabilitas menunjukkan pada suatu ukuran, bila digunakan berkali-kali akan menghasilkan data yang sama (konsisten data dapat dipercaya). Untuk menguji reliabilitas instrument angket dalam penelitian ini digunakan rumus alpha yaitu:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k - i} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right]$$

Keterangan :

α : reabilitas instrument yang dicari

k : banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum ab^2$: Jumlah varian skor tiap-tiap butir

at^2 : Varians total

(Wiyono Gendro, 2011: 116).

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat.

a. Uji Normalitas

Syarat dalam analisis parametrik yaitu distribusi data harus normal. Pengujian menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* (Analisis Explore) untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak (Priyatno, 2013 : 56).

H_0 : $F_{(x)} = F_{0(x)}$, dengan $F_{(x)}$ adalah fungsi distribusi populasi yang diwakili oleh sampel, dan $F_{0(x)}$ adalah fungsi distribusi suatu populasi berdistribusi normal.

H_1 : $F_{(x)} \neq F_{0(x)}$ atau distribusi populasi tidak normal.

Pengambilan Keputusan.

1. Jika Probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima.
2. Jika Probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik Multikolinearitas. Yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Salah satunya cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah dengan uji Farrar-Glauber (perhitungan ratio-F untuk menguji lokasi multikolinearitas). Hasil dari F statistik (F_i) dibandingkan dengan F tabel. Kriteria pengujiannya adalah apabila F tabel $> F_i$ maka variabel bebas tersebut kolinear terhadap variabel lainnya. Sebaliknya jika F tabel $< F_i$, maka variabel bebas tersebut tidak kolinear terhadap variabel bebas yang lain.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2011:139). Deteksi dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dalam grafik dimana sumbu X dan Y telah diproduksi.

Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit, maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika titik-titik ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokolerasi, yaitu kolerasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi (Gendro, W. 2011 : 157-165). Salah satu cara menguji autokorelasi adalah dengan percobaan d (Durbin-Watson). Hasil perhitungan dilakukan perbandingan dengan F tabel. Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai d $<$ F tabel, maka diantara variabel bebas dalam persamaan regresi tidak ada autokorelasi. Sebaliknya jika nilai d $>$ F tabel, maka diantara variabel bebas dalam persamaan regresi terdapat autokorelasi.

e. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksirkan hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori, Ghazali (2011: 249).

Analisis jalur digunakan untuk menguji variabel bebas (*apology, promptness, explanation, attentiveness, dan redress*) dan variable intervening (*complaint satisfaction*) dan *repurchase intention* (niat pembelian ulang) untuk memprediksi variabel terikat (pemberitaan lisan negatif).

f. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mencari besarnya pengaruh dan menguji hubungan antara variabel yang digunakan Analisis Linear Berganda. Bentuk persamaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

(Wiyono Gendro, 2011: 193)

Dimana:

Y = Volume Penjualan

X_1 = Saluran Distribusi

- X2 = Kualitas Produk
- b = Koefisien regresi X
- a = konstanta

g. Uji T (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2005: 84). Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Jika Probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hasilnya signifikan, berarti terdapat pengaruh dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

Tahap-tahap pengujian sebagai berikut:

- a. Menentukan formulasi Ho dan Hi.

Ho : $\beta_1 = 0$, artinya Tidak ada pengaruh antara variabel X dan Variabel Y.

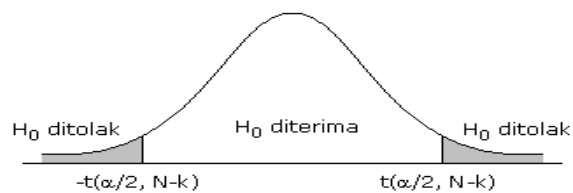
Hi : $\beta_1 \neq 0$, artinya Ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

Level Signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$ (5 persen).

Sampel n = 50

t tabel = $t(\alpha / 2, n-k)$

- b. Menentukan kriteria pengujian



Ho diterima apabila t hitung < t tabel.

Hi ditolak apabila t hitung > t tabel.

- c. Penghitungan nilai t

$$t = \frac{\beta_1 - \beta_i}{se(\beta_1)}$$

Keterangan :

t = Nilai t_{hitung}

β = koefisien regresi

$S_e(b_i)$ = *Standar error estimate*

Kesimpulan dan keputusan, dimana apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y.

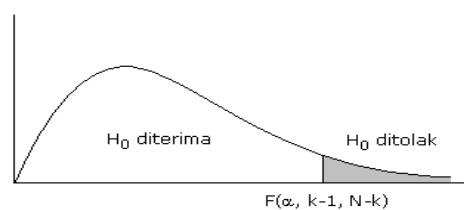
h. Uji F (Uji simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variabel dependen atau terikat probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hasilnya signifikan, berarti terdapat pengaruh dari variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2005: 84)

$H_0 : \beta_0 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_0 \neq 0$ artinya terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Menentukan kriteria pengujian



H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$.

H_1 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

b. Penghitungan nilai F

$$F = \frac{R^2/k - 1}{(1 - R)/(n - k)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

n = jumlah sampel yang digunakan

k = Banyaknya Variabel independen

c. Kesimpulan

Menetapkan kesimpulan apakah H_0 diterima atau ditolak berdasarkan pengujian dan perbandingan antara F_{tabel} dengan F_{hitung}

i. Uji Koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011; 97). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya variabel X yaitu saluran distribusi dan kualitas produk terhadap variabel Y yaitu volume penjualan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

D. PEMBAHASAN

Berdasarkan hipotesis yang disampaikan “Diduga variabel saluran distribusi dan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel volume penjualan ” terbukti, ditunjukkan dengan hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 4,407 + 0,318X_1 + 0,304X_2 + e$

Dari persamaan ini menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi dan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel volume penjualan. Sedangkan dari hasil uji t dapat diperoleh variabel saluran distribusi dengan nilai $t_{hitung} = 5,143 > t_{tabel} = 1,98$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan saluran distribusi terhadap volume penjualan. Dan perhitungan variabel kualitas produk diperoleh hasil $t_{hitung} = 3,564 > t_{tabel} = 1,98$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap volume penjualan.

Begitu juga dari hasil perhitungan uji F dapat diperoleh diperoleh nilai $F_{hitung} = 31,057 > F_{tabel} = 3,09$, maka H_0 ditolak sehingga secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan saluran distribusi (X_1), kualitas produk (X_2) terhadap volume penjualan.

Diduga variabel saluran distribusi paling berpengaruh terhadap variabel volume penjualan terbukti, ditunjukkan dengan hasil nilai uji t yaitu $t_{hitung} = 5,143$ dan variabel kualitas produk $t_{hitung} = 3,564$, maka nilai variabel saluran distribusi lebih besar daripada variabel kualitas produk. Dari hasil ini menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi paling berpengaruh terhadap volume penjualan itu terbukti.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan jagung di UD. Sari Agung.
2. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap volume penjualan jagung di UD. Sari Agung.

DAFTAR PUSTAKA

- Gendro, Wiyono.2011. *Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*, STIM YKPN : Yogyakarta.
- Ghozali, Imam.2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit : UNDIP, Semarang.
- _____.2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. BadanPenerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Priyatno.2013. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*, PT. Buku Seru, Media Kom: Yogyakarta.
- Saladin, H. Djaslim. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-4. Penerbit Indah Karya: Bandung.
- Simamora, Bilson.2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. GramediaPustaka Utama: Jakarta.
- Sunyoto,D.2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, CAPS: Yogyakarta.
- Supriyanto. 2009. *Metodelogi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Indeks.