

**PENGARUH PROMOSI, DISTRIBUSI, DAN HARGA TERHADAP  
PENJUALAN DI CV. RUDJITO GLASS & CRAFT  
SUKOHARJO**

**TESIS**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2  
Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh :

**SRI SUPARTINI**  
NIM : P.100 040 079

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMMADIYAH SURAKARTA  
2006**

## NOTA PEMBIMBING

Drs. H.M. Syamsudin, MM  
Dosen Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas  
Hal : Tesis Saudara SRI SUPARTINI

Kepada Yth.  
Direktur Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb  
Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan menagadakan perbaikan seperlunya  
terhadap Tesis saudara:

Nama : SRI SUPARTINI  
NIM : P. 100040079  
Kosentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia  
Judul : Pengaruh Promosi, Distribusi, Dan Harga Terhadap  
Penjualan Di CV Rudjito Glass Craft Sukoharjo.

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam  
Sidang Ujian Tesis pada Program Magister Manajemen Universitas  
Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta .....2006

Dosen Pembimbing

Drs. H. Syamsudin, MM

**PENGARUH PROMOSI, DISTRIBUSI, DAN HARGA TERHADAP  
PENJUALAN DI CV. RUDJITO GLASS & CRAFT  
SUKOHARJO**

Diajukan Oleh:

**SRI SUPARTINI**

**NIM. P.100 040 079**

Program Studi : Magister Manajemen

Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
Pada tanggal .....

Susunan Dewan Penguji

Ketua / Penguji I,

Anggota / Penguji III,

**Dr. H.M. Wahyuddin, SE, MS**

.....

Anggota / Penguji II,

**Drs. H. Syamsudin, MM**

Thesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen

Surakarta, ..... 2006

Direktur,

**Dr. H.M. Wahyuddin, SE, MS**

**PERNYATAAN KEASLIAN TESIS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Supartini

NIM : P. 100040079

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : Pengaruh Promosi, Distribusi, dan Harga terhadap Penjualan  
di CV. Rudjito Glass & Craft Sukoharjo.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Surakarta, Juni 2006

Yang membuat pernyataan,

**Sri Supartini**

**ABSTRAK**

## **Pengaruh Promosi, Distribusi, Dan Harga Terhadap Penjualan Di CV. Rudjito Glass & Craft Sukoharjo**

Pemberian informasi dan sekaligus persuasi terhadap produk perusahaan kepada para konsumen merupakan perwujudan nyata dari penerapan kebijaksanaan yang diambil oleh para manajer pemasaran. Promosi, distribusi dan harga adalah komponen marketing mix yang menentukan arah strategi pemasaran untuk mampu menarik konsumen dalam membeli suatu produk.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya promosi, biaya distribusi dan harga terhadap volume penjualan perusahaan Glass dan Handicraft CV. Rudjito Sukoharjo.

Dalam penelitian ini obyek yang diteliti adalah CV. Rudjito Glass & Craft Sukoharjo. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa jumlah karyawan, bagian-bagian bidang pekerjaan, tingkat pendidikan formal, struktur organisasi, biaya promosi, biaya distribusi, harga produk, dan volume penjualan. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, dan interview. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel promosi, distribusi, dan harga adalah positif, artinya apabila biaya promosi, biaya distribusi dan harga di naikkan, maka nilai penjualan akan semakin mengikat. Besarnya nilai koefisien regresi nilai yang paling besar adalah harga, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi nilai penjualan adalah harga. Hasil analisis uji ketepatan parameter penduga dapat diketahui bahwa secara individu promosi, distribusi dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap nilai penjualan perusahaan CV Rudjito Glass & Craft Sukoharjo. Hasil analisis Uji F (pengujian secara serentak) diketahui bahwa nilai  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  ( $76,392 > 3,1619$ ) sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, maka promosi, distribusi dan harga, secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai penjualan. Dari hasil pengujian koefisien determinasi ( $\text{Adjusted } R^2$ ) diketahui sebesar 0,793. Hal ini berarti 79,3% variasi dari nilai penjualan dipengaruhi oleh variasi dari ketiga variabel independen (promosi, distribusi dan harga), sedangkan sisanya sebesar 20,7% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain.

Kata Kunci : Promosi, Distribusi, Harga dan Penjualan.

## ABSTRACT

### **The Effect of Promotion, Distribution and Price to Sales' Volume in CV. Rudjito Glass and Craft, Sukoharjo.**

Giving the product information and persuasions from the owner of a company to its customers is the real action in implementing marketing policy. Promotion, distribution and price as the components of marketing mix lead and give direction for marketing strategy to pull up the customers making decision to buy. The main purpose of this research is to examine and analyze the effect of promotion cost, distribution cost and price to its sales volume in glass and handicraft company.

The object of this research is CV. Rudjito Glass and Craft, Sukoharjo. Data resources used is the secondary data including the amount of employees, departments, formal education status, organization structure, promotion cost, distribution cost, products' price, and sales volume. Data collecting techniques used are observation and interview. This research used multiple linear regression as the analysis tool.

Final results of this research show the positive value of regressions' coefficient in promotion, distribution and price. It's mean if the increasing of promotion cost, distribution cost and price makes the increasing of sales' volume. The biggest regression coefficient value is price, from this point we can conclude that the most dominant factor in effecting sales' volume is in its price. From the parametric test used to determine the statistical significance between the sample and a parameter (t-test) we can conclude that promotion cost, distribution cost and price affecting independently and significantly to its sales volume. From the F-test shows that the F-calculated value (76,392) is greater than F-critical value (3,1619) so we reject the null hypothesis (H<sub>0</sub>) and accept the alternative hypothesis (H<sub>a</sub>) or we can say that promotion cost, distribution cost and price affecting simultaneously and significantly to its sales volume. From the determination coefficient's test (Adjusted R<sup>2</sup>) found as 0,793 it's means that 79,3% of variance from sales volume effected by the variance of three independent variables (promotion cost, distribution cost and price), and the other 20,7% effected by another causes.

*Keywords: promotion, distribution, price and sales volume.*

## **MOTTO**

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha  
Penyayang, Segala puji bagi Allah,  
Tuhan seluruh alam Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,  
Yang menguasai hari pembalasan,  
Hanya kepada Engkaulah kami mengabdikan, dan hanya kepada  
Engkaulah kami mohon pertolongan,  
Tunjukkanlah kepada kami jalan yang lurus,,  
Yaitu jalan orang-orang yang telah Engkau beri nikmat  
kepada mereka,  
Bukan jalan mereka yang Engkau murkai,  
Dan bukan jalan orang-orang sesat.  
(Al Fatihah 1-7)

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini Kupersembahkan untuk :

- Suamiku Tercinta: Drs. H. Trisno Martono, MM
- Anak-anak ku tersayang :
  - Marlia Dewi Trisnaningsih, S.E; sekeluarga
  - Fajar Danur Isnantyo, S.T.
  - Danur Aryo Sadewo



## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrohmanirrohim**

Puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmatNya dan kemduahan dalam penyusunan karya ilmiah tentang Pengaruh Promosi, Distribusi, dan Harga terhadap Penjualan di CV. Rudjito Glass & Graft Sukoharjo.

Penelitian ini berupaya mendekati permasalahan yang dirasakan oleh para pengusaha dan masyarakat pelanggan pengguna produk, serta menawarkan solusi melalui perbaikan berkelanjutan dan berbasis pada kepuasan pelanggan.

Untuk terselenggaranya penelitian dan terselesaikannya tugas akhir yang berjudul PENGARUH PROMOSI, DISTRIBUSI, DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN DI CV. RUDJITO GLASS & CRAFT SUKOHARJO ini perlu kami sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. DR. H.M. Wahyudin, SE, MS, selaku Direktur Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. H.M. Wahyuddin, SE, MS dan Bapak drs. H. Syamsudin, MM, sebagai pembimbing dalam penulisan Karya Ilmiah ini, yang telah membimbing kami dengan kesabaran dan keikhlasannya.

3. Pimpinan Perusahaan dan Staf maupun para pegawai CV. Rudjito Glass & Graft sukoharjo yang telah memberi ijin dan bersedia memfasilitasi perangkat penelitian selama proses penelitian berlangsung.
4. Drs. Trisno Martono, MM suamiku tercinta, yang dengan semangat lahir dan batin mendampingi kehidupan kami.
5. Marlina Dewi Trisnarningsih S.E, sekeluarga, Fajar danur Isnantiyo, Danur Aryo Sadewo anak-anakku tersayang yang telah memberikan dukungan demi terselesainya tesis ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan di SMK Negeri 6 Surakarta.
7. Teman sejawat yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu atas dorongannya untuk menimbulkan rasa percaya diri sejak awal hingga akhir masa studi di Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah ini.

Semoga segala bantuan dan keikhlasan yang telah diberikan kepada kami menjadi amal sholeh dan solickah dapat mendatangkan kemanfaatan bagi kemajuan ilmu pengetahuan khususnya bidang manajemen perusahaan dan penjualan produk pada CV. Rudjito Glass & Graft Sukoharjo. Kami menyadari akan kekurangan dan keterbatasan bekal pengetahuan yang ada pada kami, maka dengan senang hati apabila ada kritik dan saran yang bersifat konstruktif terhadap isi karya ilmiah ini sangat kami harapkan.

Surakarta, Juli 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN THESIS.....	iv
ABSTRAK .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS</b>	
A. Penjualan .....	5
B. Saluran Distribusi .....	8
C. Promosi .....	13

D. Harga .....	18
E. Kerangka Berpikir .....	22
F. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Sumber Data .....	25
B. Teknik Pengumpulan Data .....	25
C. Definisi Operasional .....	26
D. Analisis Data .....	27
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	37
B. Analisis Regresi .....	40
C. Uji Statistik .....	43
D. Uji Asumsi Klasik .....	49
E. Pembahasan .....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Hasil Estimasi .....	41
4.2. Hasil Uji t .....	47
4.3. Hasil Uji F .....	48
4.4. Descriptive Statistic .....	50
4.5. Nilai JB .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Pertukaran .....	6
2. Model Penelitian .....	23

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan baik itu perusahaan dagang maupun perusahaan industri tentu mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Tujuan utama dari suatu perusahaan adalah menciptakan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat secara ekonomis dan efisien agar diperoleh laba yang diharapkan. Perusahaan harus melaksanakan kegiatan-kegiatan yang ada di dalam perusahaan itu secara optimal untuk mencapai tujuannya. Perusahaan perlu memperhatikan faktor internal maupun faktor eksternal. Salah satu faktor eksternal yang berpengaruh terhadap keberhasilan tujuan perusahaan adalah kondisi ekonomi. Saat sekarang industri yang paling terdampak dengan adanya kondisi ekonomi yang tidak menentu adalah industri kerajinan seperti Glass & Handicraft yang konsumennya sebagian besar adalah wisatawan manca negara.

Pada saat ini perusahaan yang bergerak di bidang Glass & Handicraft sedang mengalami penurunan permintaan. Hal ini disebabkan kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik mengalami penurunan. Bahkan tidak sedikit perusahaan yang bergerak di bidang ini gulung tikar. Untuk dapat menjaga kelangsungan hidup atau mengembangkan usahanya perusahaan dituntut untuk aktif dalam memasarkan produknya.

Pemberian informasi dan sekaligus persuasi terhadap produk perusahaan kepada para konsumen merupakan perwujudan nyata dari penerapan kebijaksanaan yang diambil oleh para manajer pemasaran. Promosi

adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Dharmestha dan Irawan, 2000).

Selain itu promosi dilakukan untuk membujuk, mengajak, dan sekaligus meyakinkan kepada para konsumen agar mau membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk meningkatkan kembali permintaan akan hasil produk maka perusahaan harus tetap aktif menjalankan kegiatan pemasarannya dengan melakukan promosi demi kelangsungan hidup usahanya. Perusahaan Glass & Handicraft merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi dan pemasaran kerajinan. Apabila perusahaan tidak memperluas aliran promosinya maka dalam masa yang akan datang akan sangat mengganggu keadaan volume penjualan produk yang dimiliki perusahaan.

Selain promosi yang tidak kalah pentingnya fungsi pemasaran dalam hubungannya dengan volume penjualan adalah sistem distribusi. Kegiatan distribusi merupakan kegiatan menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Pengertian dari distribusi itu sendiri berhubungan dengan aktifitas atau proses penyaluran secara keseluruhan barang dan jasa yang diperjualbelikan dari pusat-pusat konsumsi. Berbagai usaha yang dilakukan perusahaan-perusahaan agar dapat melayani permintaan konsumen tersebut antara lain dengan menjamin produknya selalu ada di setiap tempat. Usaha mendekatkan produk ke tangan konsumen akhir tersebut perlu digunakan saluran distribusi baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung.



Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. (Dharmesta dan Irawan, 2000). Penentuan harga dengan mempertimbangkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan produk, saluran distribusi dan promosi yang mampu mempengaruhi volume penjualan.

## **B. Perumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang di atas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh biaya promosi, biaya distribusi dan harga terhadap nilai penjualan perusahaan Glass dan Handicraft CV. Rudjito Sukoharjo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya promosi, biaya distribusi dan harga terhadap nilai penjualan perusahaan Glass dan Handicraft CV. Rudjito Sukoharjo.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mendatangkan manfaat antara lain:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran, mengenai pengaruh promosi, distribusi dan harga terhadap penjualan;
2. Secara praktis, jika penelitian ini terbukti, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan untuk memperhatikan strategi pemasaran yang dilakukan yang berhubungan dengan promosi, distribusi dan harga pengaruhnya terhadap penjualan.