PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN ROTI KACANG DI UD. TIDAR"

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Program Studi Manajemen

OLEH :

AKMALA JIHAN MUQOROBIN

NPM. 12.1.02.02.0011

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh :

AKMALA JIHAN MUQOROBIN

NPM.12.1.02.02.0011

Judul :

"PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN ROTI KACANG DI UD. TIDAR"

Telah disetuhui untuk diajukan Kepada :

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada tanggal : 11 Agustus 2016

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.	**Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.**
NIDN : 0730088001	**NIDN : 072310570**

ii

Skripsi oleh :

AKMALA JIHAN MUQOROBIN

NPM.12.1.02.02.0011

Judul :

"PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN ROTI KACANG DI UD. TIDAR"

Telah dipertahankan di Depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada tanggal : 11 Agustus 2016

Dan Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.
2. Penguji I : Ema Nurzainul Hakimah, M.M.
3. Penguji II : Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN.0717066601

iii

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN ROTI KACANG DI UD. TIDAR

AKMALA JIHAN MUQOROBIN
12.1.02.02.0011
Fakultas Ekonomi – Program Studi Manajemen
Akmalajihan@gmail.com
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M dan Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Akmala Jihan M. : "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Kacang di UD. Tidar." (Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi, UN PGRI Kediri, 2016.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat sejalan mengikuti perkembangan jaman yang semakin maju. Menunjukkan pada sektor swasta yang bergerak dalam bidang usaha produksi maupun jasa. Dengan hal ini mengharuskan para pengusaha untuk selalu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi dan semaksimal mungkin mencari teknik-teknik baru serta cara-cara untuk meningkatkan volume penjualan. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan saluran distribusi terhadap volume penjualan Roti Kacang di UD. Tidar.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, saluran distribusi dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah volume penjualan. Metode dalam pengambilan sampel adalah menggunakan teknik random sampling, sampel yang di gunakan dalam penelitian ini meliputi 52 responden konsumen untuk di jadikan sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dalam bentuk skala linkert. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis linear berganda dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu metode uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan korelasi. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji parsial (t) dan uji simultan (f) menggunakan *software SPSS.*

Hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk, berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan dan untuk variabel saluran distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hasil uji secara simultan (uji F) menunjukkan varibel bebas (harga, kualitas produk, dan saluran distribusi) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Dengan nilai *adjusted R square* sebesar 0,950, yang berarti variabel bebas mampu menjelaskan variasi perubahan variabel terikat sebesar 95% dan sisanya sebesar 5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, dan Volume Penjualan.

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat sejalan mengikuti perkembangan jaman yang semakin maju. Menunjukkan pada sektor swasta yang bergerak dalam bidang usaha produksi maupun jasa. Maka peran pemasaran semakin penting dalam menunjang kemajuan usaha. Dunia persaingan bisnis yang semakin ketat, membuat para pengusaha berusaha untuk meningkatkan volume penjualannya untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Supaya penjualan produk meningkat para pengusaha akan berusaha sekuat tenaga untuk melakukan cara yang terbaik dan membuat strategi yang paling baru agar produk yang mereka jual dapat bersaing di pasar.

Dengan hal ini mengharuskan para pengusaha untuk selalu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi dan semaksimal mungkin mencari teknik-teknik baru serta cara-cara untuk meningkatkan volume penjualan. Pernyataan di atas di dukung oleh Wiens (2006:213), yang menyatakan bahwa, sebuah volume penjualan yang dipandang dari hubungan biaya dalam perusahaan dapat memperkirakan target unit penjualan untuk memperoleh laba yang ditentukan. Beberapa strategi yang muncul dipikiran para pengusaha yang dapat mempengaruhi volume penjualan ini diantaranya masalah harga, kualitas produk, dan saluran distribusi.

Berhubungan dengan volume penjualan harga disini merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang sangat strategis terhadap peningkatan volume penjualan, khusunya untuk menghadapi persaingan antar perusahaan yang memproduksi produk sejenis. Tjiptono (2008:151), mengemukakan harga sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Selain harga, kualitas produk juga perlu diperhatikan. kualitas produk merupakan hal yang terpenting dalam proses produksi. Perusahaan dituntut untuk dapat menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai. Kualitas produk yang baik akan mampu memberikan hasil penjualan yang maksimal. sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka.

Selain kualitas produk kegiatan pemasaran yang langsung berhubungan dengan konsumen dan mempunyai peranan yang cukup besar dalam menciptakan keunikan suatu

barang adalah saluran distribusi. Menurut David (2009:20), mengatakan saluran distribusi merupakan perantara untuk memindahkan produk atau jasa dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi merupakan suatu kegiatan penting untuk memperlancar pengiriman barang sehingga penjualan bisa tercapai sesuai target yang di inginkan.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dalam pengambilan sampelnya menggunakan teknik random sampling, sampel yang di gunakan dalam penelitian ini meliputi 52 responden konsumen untuk di jadikan sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dalam bentuk skala linkert. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis linear berganda dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu metode uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan korelasi. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji parsial (t) dan uji simultan (f) menggunakan *software SPSS.*

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan saluran distribusi terhadap volume penjualan roti kacang UD. Tidar adalah sebagai berikut : Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Roti Kacang Pada UD. Tidar, artinya harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, dan dari sini juga dapat kita simpulkan semakin sesuai harga yang di tetapkan semakin meningkat volume penjualanya. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Roti Kacang Pada UD. Tidar, artinya semakin baik atau kondusif kualitas produk yang terjadi dalam perusahaan tersebut ,maka menjadikan UD. Tidar semakin memiliki volume penjualan yang meningkat. Hasil ini menunjukkan kualitas produk yang baik dan kondusif akan sangat mendukung terjadinya volume penjualan yang baik. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Kacang Pada UD. Tidar. Pengaruh harga, kualitas produk, dan saluran distribusi terhadap terhadap volume penjualan Roti Kacang pada UD. Tidar, hal ini menunjukkan bahwa dengan sesuainya pengaruh harga, kualitas produk, dan saluran distribusi yang efektif membuat peningkatan volume penjualan roti kacang di UD. Tidar.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Drs. Basu Swartha DH, Drs. Irawan, MBA, 2006 *Manajemen Pemasaran Modern,* Edisi 2, Yogyakarta, Penerbit Liberty.

Saleh, Samsubar. 2008. *Statistik Deskriptip,* Edisi 3. Cetakan ketiga.Yogyakarta: UPP AMR YKPN.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Edisi pertama. Cetakan pertama. Jakarta : Salemba Empat.

Alex S. Nitisemito.2012. *Marketing,* cetakan ke-4 penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Kotler Philip, 2009 *Manajemen pemasaran,* Edisi ke-5 Penerbit Erlangga,Jakarta.

Kotler Philip, 2006 *Manajemen pemasaran,*Jilid 1 Penerbit Erlangga, Jakarta.

Saladin, D. 2006. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Penerbit Linda Karya, Bandung.

Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi.* Rajawali Press, Jakarta.

Fatich, Achmad, 2008. *Pelaksanaan Saluran Distribusi yang Efektif Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan Kripik Tempe "Abadi"* Malang. Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.

Drs.M.Mursid, 2014. *Manajemen Pemasaran.*Bumi Aksara Jakarta.

Djarwanto. 2002. *Pokok-pokok Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.

Pratiwi. 2010. *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan* Internet Flash Unlimited di Semarang. *Skripsi*. FEB Undip, Semarang. http://eprints.ac.id/ 23014/1/ANALISIS_PENGARUH_HARAPAN_PELANGGAN,_KUALITAS_PRODUK,_KEPUAA.pdf. diakses tanggal 6 Februari 2015.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa**.** Bayumedia Publishing. Yogyakarta.

Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Bandung : Alfabeta.

Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Penjualan.* Edisi kelima. BPFE : Yogyakarta.

Kotler, dan G. Armstrong. 2001. *Prinsip– Prinsip Pemasaran.* Edisi kedelapan. Jilid1. Jakarta :Erlangga.

Fadli Ainur, Achmad Fauzi, dkk. "Efektifitas Distribusi Fisik dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada CV. Agrotama Gemilang Kota Malang)" Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)Vol.7 No. 1 Januari 2014.

Artikelsiana.2014.tujuan-tujuandanfungsi-fungsidistribusi. http://www.artikelsiana.com/2014/11/tujuan-tujuan-distribusifungsi-fungsi distribusi.html.

Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga.