JURNAL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PENJUALAN (Studi Kasus Pada Distributor Koyo Handsaplast PT.Unirama Duta Niaga Kediri)

Influence The Quality Of Products, Advertising And Distribution Channels for Sales (a Case Study On The Patch Distributor Elastoplast PT. Unirama Duta Niaga Kediri)

Oleh:

Rizal Wilujeng Kurniawan

NPM : 11.1.02.02.0260

Dibimbing oleh :

1. **Prof.Dr. H.Sugiono,S.Pd.,M.M**
2. **Ismayantika Dyah Puspasari,S.E.,M.B.A**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Rizal Wilujeng Kurniawan
NPM	: 11.1.02.02.0260
Telepun/HP	: 081357441342
Alamat Surel (Email)	: Rizalwkurniawan@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Kuaitas Produk, Iklan, dan Saluran Distribusi Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Distributor Koyo Hansaplast PT.Unirama Dutaniaga Kediri)
Fakultas – Program Studi	: FE-Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. Ahmad Dahlan no 76 Mojoroto - Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulid merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis**)** dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 09 Februari 2017
Pembimbing I **Prof.Dr. H.Sugiono,S.Pd.,M.M** NIDN. 0014015706	Pembimbing II **Ismayantika Dyah Puspasari,S.E.,M.B.A** NIDN.0706108902	Penulis, Rizal Wilujeng Kurniawan NPM : 11.1.02.02.0260

Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Saluran Distribusi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Distributor Koyo Hansapast PT.Unirama Duta Niaga Kediri)

Rizal Wilujeng Kurniawan
NPM : 11.1.02.02.0260
FE – Prodi Manajemen
Email : Rizalwkurniawan@gmail.com
Prof.Dr.H.Sugiono,S.Pd.,M.M dan Ismayantika Dyah Puspasari,S.E.,M.B.A
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Rizal Wilujeng Kurniawan: Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Saluran Distribusi Terhadap Penjualan pada Distributor Koyo Handsaplast P.T Unirama Duta Niaga Kediri, Skripsi, Fakultas Ekonomi UNP Kediri, 2016.

Penelitian ini dilatar belakangi kualitas produk, iklan yang dilakukan perusahaan, dan sistem distribusi yang dilakukan dapat mempengaruhi penjualan. Efektifitas program kualitas produk, iklan serta sistem distribusi yang dilakukan oleh distributor Koyo Handsaplast P.T. Unirama Duta Niaga Kediri masih belum maksimal.Permasalahan penelitian ini adalah apakah kualitas produk, iklan dan saluran distribusi berpengaruh terhadap penjualan. Sedangkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, iklan dan saluran distribusi terhadap penjualan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif didukung dengan kualitatif, jenis penelitian ini merupakan penelitian *Korelasional* yaitu menjelaskan hubungan/pengaruh masing-masing variabel penelitian. Instrumen penelitian ini menggunakan angket/kuesioner sebagai pengumpul data. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Distributor Koyo handsaplast P.T.Unirama Duta Niaga Kediri. Sampel yang diambil sebanyak 45 orang dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan bertemu yang dianggap cocok dijadikan sumber data menjadi sampel penelitian ini.

Kesimpulan hasil penelitian adalah (1) Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Penjualan. (2) Iklan berpengaruh dan signifikan terhadap penjualan. (3) Saluran Distribusi berpengaruh dan signifikan terhadap penjualan. (4) Kualitas Produk, Iklan dan saluran distribusi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap penjualan. Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, direkomendasikan kepada. Distributor Koyo Handsaplast P.T Unirama Duta Niaga Kediri untuk perlu memperbaiki hal-hal yang masih dirasa perlu kedepannya terkait kualitas produk dan program iklan yang dilakukan serta sistem pendistribusian produk ke konsumennya.

KATA KUNCI : Kualitas Produk, Iklan dan Saluran Distribusi, Penjualan.

I. LATAR BELAKANG

Berbagai tantangan bisnis yang ada menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan respon yang cepat dan fleksibel terhadap setiap peluang, ancaman dari luar, tuntutan pelanggan, bahkan langkah-langkah kompetitor. Agar perusahaan unggul dalam persaingan dibutuhkan perencanaan yang matang mengenai kegiatan pemasaran, seperti produk yang akan dipasarkan, harga yang menarik dan terjangkau bagi calon konsumen serta bagaimana perusahaan memperkenalkan produknya kepada calon konsumen ataupun dengan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan, memperoleh laba untuk kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan penjualan menurut Kusnadi (2009:19) sejumlah uang yang di bebankan kepad pelanggan untuk barang dagang yang dijual, baik secara tunai maupun kredit.

Kualitas produk juga harus dapat ditentukan oleh cara konsumen memandang produk tersebut. Dari sudut pandang pemasaran, kualitas (*quality*) berarti kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Definisi ini berfokus pada konsumen dan bagaimana mereka berpikir suatu produk akan memenuhi tujuan tertentu. Adapun kualitas produk menurut Cannon,dkk (2009:286) adalah fisik barang yang menarik dengan fitur yang sesuai, panduan yang bermanfaat, pengemasan yang rapi, garansi yang dapat dipercaya dan bahkan merek yang mudah untuk diingat.

Dari observasi beberapa konsumen diarea kediri, ada beberapa permasalahan yang dirasa dapat mempengaruhi kurangnya penjualan, hal ini perlu menjadi perhatian apabila kualitas produk, iklan dan saluran distribusi kurang tepat atau tidak maksimal, maka pencapaian penjualan tidak akan maksimal. Kondisi yang diakibatkan oleh permasalahan tersebut adalah konsumen merasa tidak puas, tidak mengenal produk dengan baik dan sulit untuk memperoleh produk tersebut, sehingga tingkat pengurangan penjualan sangat tinggi, dan banyak produk yang tidak terjual perusahaanpun mengalami kerugian.

Berdasarkan menurunnya penjualan pada Distributor Koyo Handsaplast PT.Unirama Duta Niaga Kediri maka penulis tertarik untuk mengkaji mengenai "Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Saluran Distribusi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Distributor Koyo Handsaplast PT.Unirama Duta Niaga Kediri)".

II. METODE

A. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam variabel yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas).

a. Variabel Dependen

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah : penjualan di lambangkan dengan (Y).

b. Variabel Independen

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen atau bebas adalah Kualitas produk (X1), Periklanan (X2) dan Saluran distribusi (X3).

B. Teknik Dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2012:11) adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data yang diperoleh adalah data-data yang bersifat angka-angka yang berasal dari jawaban pertanyaan responden. Nantinya pendekatan kuantitatif akan didukung dengan kualitatif. Dalam hal ini kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan yang membutuhkan alternatif jawaban dan di ukur menggunakan skala deskriptif (skala likert 1-5).

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis. Penelitian ini termasuk penelitian *Korelasional*. Menurut Arikunto (2010:4) penelitian *Korelasional* merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada. Dalam penelitian ini yakni menguji pengaruh variabel independen yang dilambangkan (X) yang terdiri dari Kualitas Produk (x1), Periklanan (x2) dan Saluran Distribusi (x3) terhadap Penjualan yang dilambangkan (Y). sehingga dari hasil penelitian nantinya dapat menjelaskan pengaruh atau hubungan kualitas produk, iklan dan saluran ditribusi terhadap penjualan.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di distributor Koyo Handsaplast (PT.Unirama Duta Niaga Kediri) yang bergerak dibidang penjualan koyo handsaplast untuk area Kediri. Waktu pelaksanaan proses penelitian ini mulai dari pengajuan judul sampai dengan pengadaan penelitian memerlukan waktu kurang lebih 3 bulan. terhitung mulai bulan Mei – Juli 2016.

D. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuisoner dalam bentuk skala likert. Metode angket adalah metode yang menggunakan sejumlah pertanyaan tertulis yng digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal – hal yang ia ketahui.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

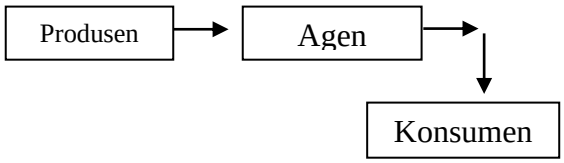
Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Yakni penelitian yang dilakukan secara langsung dengan proses memberikan pertanyaan serta jawaban secara tertulis kepada responden yang berkaitan dengan topik yang dibahas oleh peneliti. Dari hasil responden tersebut akan dilakukan pengujian dengan bantuan program SPSS 20 for *Windows*.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

PT.Unirama Duta Niaga adalah sebuah perusahaan distribusi yang di dirikan di Jakarta pada tahun 1971 sebagai UD.Ramayana, kami perusahaan distribusi berbagaimacam produk kebutuhan rumah tangga yang berkonsentrasi di Jawa, Bali dan Madura UD.Ramayana perubahan nama dan manajemen sistem kedalam PT.Unirama Duta Niaga pada tahun 1999. Perusahaan berkantor pusat di Jakarta, yaitu di Jl.Kelapa Dua Wetan No.9 Ciracas Jakarta Timur telah membuka cabang khususnya di Jawa dan Bali, salah stunya di Kediri berlokasi di Jalan Doro Putih No. 189 Kediri. PT.Unirama Duta Niaga saat ini mempekerjakan lebih dari 6.000 karyawan di seluruh Jawa dan Bali, yang terus berusaha untuk memberikan kemudahan dalam pendistribusian produk industry kebutuhan rumah tangga dimana salah satunya produk dalam penelitian ini yaitu Koyo Handsaplast.

Saluran Distribusi yang Digunakan oleh Distributor "Koyo Handsaplast" PT.Unirama Duta Niaga

Dalam upaya untuk menyalurkan produknya dari produsen ke konsumen. Distributor "Koyo Handsaplast" PT. Unirama Duta Niaga perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang sesuai dengan kemampuan dan kondisi perusahaan. Sehingga perusahaan dapat menentukan kebijakan-kebijakan yang terbaik menyangkut masalah pendistribusian. Dalam hal ini, Distributor "Koyo Handsaplast" PT.Unirama Duta Niaga dalam menyalurkan produknya ke konsumen adalah dengan menggunakan saluran distribusi barang konsumsi yakni sebagai berikut :



Gambar 4.1
Saluran distribusi Distributor "Koyo Handsaplast" PT.Unirama Duta Niaga
Sumber : Data sekunder,

Dari gambar 4.1, dapat dilihat bahwa perusahaan mendapatkan produk dari produsen dalam hal ini adalah perusahaan penyedia, selanjutnya pihak distributor yakni PT.Unirama Duta Niaga menyalurkan produk ke berbagai agen (pedagang besar) yang menjual langsung ke konsumen. Konsumen akhir yang dituju adalah masyarakat.

A. DATA

Data Responden

Responden yang diteliti yakni sebanyak 45 orang. Adapun responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan umur dan jenis kelamin.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yakni variabel independen (Kualitas Produk, Iklan dan Saluran Distribusi) dan variabel dependen yakni Penjualan.

B. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Penjualan

Kualitas produk secara persial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada distributor Koyo Handsaplast P.T Unirama Duta Niaga Kediri hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, menunjukkan bahwa secara persial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan, kualitas produk merupakan salah satu atribut paling penting yang di evaluasi oleh pelanggan atau konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:347) menyatakan bahwa kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi dayatahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, oprasi dan perbaikan serta atribut lainya.

2. Pengaruh Iklan Terhadap Penjualan

Iklan secara persial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada distributor Koyo Handsaplast P.T Unirama Duta Niaga Kediri. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji tmenunjukkan bahwa secara persial atau individu iklan berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Suatu produk yang memiliki iklan yang menarik secara langsung dapat membuat para calon konsumen tertarik untuk membeli produk yang diiklankan.

Menurut Kasali (2007:11) bahwa iklan, sebagai segala bentuk pesan tentang

suatu produk yang disampaikan lewat media, ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.

Dengan kata lain periklanan dapat dipandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara lisan ataupun dengan penglihatan (berupa berita), tentang suatu produk, jasa atau ide.

3. Pengaruh Saluran Distributor Terhadap Penjualan

Saluran distribusi secara persial atau individu berpengaruh terhadap penjualan pada distributor koyo handsaplast P.T Unirama Duta Niaga Kediri. Terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa saluran distribusi berpengarus secara persial terhadap penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa penyaluran yang tepat serta produk yang mudah di dapat akan berpengaruh terhadap penjualan

Menurut Dharmmesta dan Irawan (2008:285) Saluran distribusi adalah suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Saluran Distribusi Terhadap Penjualan

Hasil dari pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama – sama kualitas produk, iklan dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan atau bersama – sama terhadap penjualan. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjust R Square)* adalah sebesar 0,957. Yang berarti bahwa 95,7% penjualan dapat dijelaskan oleh kualitas produk, iklan dan saluran distribusi. Dari presentase tersebut tergolong tinggi menunjukkan bahwa masih ada pengaruh variabel lain sebesar 4,3% yang mempengaruhi penjualan, akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang dijelaskan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Produk yang berkualitas dapat mempengaruhi penjualan distributor Koyo Handsaplast, PT.Unirama Duta Niaga Kediri.
2. Iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Iklan yang bagus dan mudah diingat serta difahami oleh calon konsumen dapat mempengaruhi penjualan distributor

Koyo Handsaplast, PT.Unirama Duta Niaga Kediri.

3. Saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Saluran pendistribusian produk yang terkoordinir dengan sistem yang baik yang dapat menjangkau konsumen dapat mempengaruhi penjualan distributor Koyo Handsaplast, PT.Unirama Duta Niaga Kediri.
4. Kualitas Produk, Iklan dan saluran distribusi secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.

Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru.* Bandung: Remaja Rosda Karya.

Arikunto,S.2008. *Penelitian Tindakan Kelas.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Arikunto,S.2010. *ProsedurPenelitian: Suatu Pendekatan Praktis,* Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.

Cahyono, Nur .2010. *Pengaruh Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di PT. Wicaksana Overseas Internasional Tbk. Surabaya Tahun 2008-2009.* Tersedia: http://www.slideshare.net/endah-pujilestari/01207061. Diunduh 12 Juni 2016.

Cannon, Joseph P. *et. al*. *Pemasaran Dasar-Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Terjemahan Dian Angelica dan Ria Cahyani. 2009 Buku 2. Edisi16. Jakarta: Salemba Empat.

Charles. 2009. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjulan (Studi Kasus Pada Home Industry "Yoyong Djaya" di Cimahi).*Tersedia: http://repository.maranata.edu/17198/ . Diunduh 12 Juni 2016.

Daryanto. 2011. *Seri Kuliah Manajemen Pemasaran.* Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahterah.

Dharmmesta, Basu Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Moderen.* Yogyakarta: Liberty

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS*, Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo,Indrio. 2012. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: BPFE.

Hindriyahwati, Detik. 2011. *Pengaruh Periklanan dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Sumber Urip Jaya Pasuruan*. Tersedia: http://repository.unej.ac.id/handel/123456789/5434. Diunduh 11 Juni 2016.

Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman.* Yogyakarta: BPFE.

Kasali, R. 2007. *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.* Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT.Indeks.

Kotler,Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran.2009. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kusnadi. 2009. *Bunga Rampai Agri Bisnis Seri Pemasaran.* IPB Press.Bgor.

Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RND.* Bandung: Alfabeta.

Sugiono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta:ANDI.

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

Triton. 2006. *Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Bumi Aksara.

Wibawati,Trias 2008. *Pengaruh Promosi Penjualan dan Iklan Terhadap Volume Penjualan PT. Jawa Pos Radar Malang*. Tersedia: http://www.freecybers.com/edukasi/37-kampus/1073-skripsi-pengaruh-promosi-penjualan-dan-iklan-terhadap-volume-penjualan-pt-jawa-pos-radar-malang.html. Diunduh 11 Juni 2016.