



A B S T R A K

Peranan Biaya Saluran Distribusi dalam Mempengaruhi Volume Penjualan adalah judul dari skripsi ini, dengan lokasi penelitian di perusahaan tegel Mutiara Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk saluran distribusi yang dipergunakan oleh perusahaan tegel Mutiara, untuk mengetahui hubungan antara biaya saluran distribusi langsung dengan volume penjualan, untuk mengetahui hubungan antara biaya saluran distribusi tidak langsung dengan volume penjualan tidak langsung dan untuk mengetahui hubungan antara biaya saluran distribusi dengan volume penjualan secara keseluruhan serta untuk mengetahui bentuk saluran distribusi yang paling efektif bagi perusahaan tegel Mutiara.

Metoda pengumpulan data yang penulis gunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang penulis gunakan adalah analisis secara deskriptif dan analisis kuantitatif. Dalam analisis kuan-

sung $r_{y1} = 0,9985$, saluran distribusi tidak langsung $r_{y2} = 0,9896$, saluran distribusi secara keseluruhan $r_y = 0,9944$. Hasil test signifikansi 5% adalah saluran distribusi langsung $t_{hitung} = 31,5874$, saluran distribusi tidak langsung $t_{hitung} = 11,916$ dan secara total $t_{hitung} = 16,2976$. Hasil perbandingan antara volume penjualan dengan biaya saluran distribusi, secara langsung $\frac{85,251}{1}$, secara tidak langsung $\frac{13,233}{1}$. Hasil perhitungan koefisien determinasi secara langsung $KP = 99,7\%$, secara tidak langsung $KP = 97,92\%$, secara total $KP = 98,83\%$.

Dari hasil analisis yang dilakukan ternyata ada hubungan yang sangat erat, positif dan signifikan antara biaya saluran distribusi dengan volume penjualan. Sedangkan bentuk saluran distribusi yang paling efektif adalah saluran distribusi langsung karena setiap biaya saluran distribusi langsung sebesar Rp 1,- menghasilkan volume penjualan sebesar Rp 85,251,- dan untuk yang tidak langsung setiap biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 1,- hanya menghasilkan volume penjualan sebesar Rp 13,233,-. Disamping itu saluran distribusi langsung memberikan sumbangan yang lebih besar (99,7%) dibandingkan dengan saluran distribusi tidak langsung (97,92%) terhadap naik turunnya volume penjualan.