

ABSTRAK

Promosi dan saluran distribusi merupakan faktor penting dalam pemasaran. Kedua kegiatan tersebut dimaksudkan untuk mendukung meningkatkan volume penjualan dari perusahaan. Mengingat pentingnya kedua kegiatan itu, maka penulis tertarik untuk mengetahui penerapan kegiatan tersebut di dalam perusahaan.

Penulis memilih judul "Pengaruh Kegiatan Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan" pada Perusahaan Autobody Manufacturing New Armada. Dengan permasalahan sebagai berikut: Apakah ada pengaruh yang positif signifikan antara biaya periklanan dengan volume penjualan pada Perusahaan Autobody Manufacturing New Armada?, Apakah ada pengaruh yang positif signifikan antara biaya promosi penjualan dengan volume penjualan pada Perusahaan Autobody Manufacturing New Armada?, Apakah ada pengaruh yang positif signifikan antara biaya hubungan masyarakat dengan volume penjualan pada Perusahaan Autobody Manufacturing New Armada?, Apakah ada pengaruh yang positif signifikan antara biaya personal selling dengan volume penjualan pada Perusahaan Manufacturing New Armada?, Apakah ada pengaruh yang positif signifikan antara biaya saluran distribusi dengan volume penjualan pada Perusahaan Autobody Manufacturing New Armada?, Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan pada Perusahaan Autobody Manufacturing new Armada?

Dari rumusan masalah tersebut dapat diketahui variabel penelitiannya yaitu: biaya periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, personal selling, saluran distribusi, dan volume penjualan.

Dari analisis Regresi Linier Berganda diperoleh besaran-besaran yang menunjukkan kelipatan perubahan volume penjualan(Y) yang disebabkan oleh perubahan variabel independen (X). Teknik analisis Koefisien Multipel R menghasilkan koefisien $R = 0,9074$ (R multipel untuk bauran promosi) dan $R = 0,9655$ (R multipel untuk bauran promosi dan saluran distribusi), kemudian dianalisis menggunakan Statistik Uji F dan diperoleh F rasio = $36,736 > F$ tabel = $2,131$, yang berarti ada pengaruh positif signifikan antara biaya periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, personal selling dengan volume penjualan. Dan F rasio = $78,382 > F$ tabel = $2,145$, berarti ada pengaruh yang positif signifikan antara kelima variabel independen dengan volume penjualan.

Pengujian r bauran promosi dengan statistik uji t diperoleh t hitung $> t$ tabel untuk periklanan dan promosi penjualan. Sedang untuk hubungan masyarakat dan personal selling t hitung $< t$ tabel, berarti hubungannya tidak signifikan.

Sedang pengujian r bauran promosi dan saluran distribusi dengan statistik uji t diperoleh t hitung > t tabel. Berarti ada pengaruh yang positif signifikan antara kelima variabel independen masing-masing dengan volume penjualan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi dan saluran distribusi tidak dapat dipisahkan karena antara keduanya terdapat hubungan yang saling melengkapi untuk mencapai tujuan yaitu untuk meningkatkan volume penjualan.