

PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN

Omry Pangaribuan

Dosen Institut Sains Dan Teknologi TD. Pardede Medan

Email

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik, untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik. dan Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan di PT. Ria Jaya Elektronik. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian terarah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian terarah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut; Variabel dependen adalah hasil penjualan sedangkan variabel independen adalah biaya promosi dan biaya distribusi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dan parsial dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. dengan terlebih dahulu melakukan uji linearitas dan uji normalitas. Hasil penelitian menyimpulkan sebagai berikut: Ada pengaruh positif dan signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan. Ada pengaruh positif dan signifikan dari biaya distribusi terhadap volume penjualan di PT. Ria Jaya Elektronik Medan. Ada pengaruh yang signifikan antara biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama terhadap volume penjualan di PT. Ria Jaya Elektronik Medan. Jumlah pengaruh atau kontribusi / kontribusi dari biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan adalah 68,1%.

Kata kunci; Penjualan

Abstrak

This study aimed to determine the effect of promotional costs on sales volume at PT. Ria Jaya Elektronik, to determine the effect of distribution costs on sales volume at PT. Ria Jaya Elektronik. and To determine the effect of promotional costs and distribution costs on sales volume at PT. Ria Jaya Elektronik. The research design used in this study is directional research to determine the effect of promotional costs and distribution costs on sales volume. The research design used is directional research to determine the effect of promotional costs and distribution costs on sales volume. The variables in this study are as follows; The dependent variable is the sale proceeds while the independent variable is the promotion fee and distribution fee. Data collection techniques used were the study of documentation and interviews. The data analysis technique used is the multiple linear regression test and partial with hypothesis testing using the t test and the F. test by first doing a linearity test and normality test. The results of the study conclude as follows: There is a positive and significant effect of promotional costs on sales volume at PT. Ria Jaya Elektronik Medan. There is a positive and significant effect of distribution costs on sales volume at PT. Ria Jaya Elektronik Medan. There is a significant influence of promotional costs and distribution costs together to the sales volume at PT. Ria Jaya Elektronik Medan. The amount of influence or contribution / contribution of promotion costs and distribution costs to sales volume is 68.1%.

Keywords; Sales

I. PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

PT. Ria Jaya Elektronik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan alat-

alat elektronik yang beralamat di Jalan Gatot Subroto Medan. Peralatan elektronik yang dijual oleh PT. Ria Jaya Elektronik, adalah Televisi, Air Conditioning (AC), Mesin Suci, Kulkas dan Kompor Gas, dengan beberapa jenis merek diantaranya adalah; Samsung,

LG, Sharp, Sony, Daikin, Mitsubishi, Hitachi, Rinai dan Modena. Pesaing usaha sejenis di kota Medan sangatlah banyak, dan hal ini merupakan salah satu penyebab volume penjualan PT. Ria Jaya Elektronik dari waktu ke waktu cenderung tidak stabil (kadang kadang naik ataupun menurun). Faktor lain yang menyebabkan volume penjualan tidak stabil adalah kegiatan promosi dan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan kurang maksimal. Misalnya untuk kegiatan promosi, pihak perusahaan memang telah mengadakan atau membuat iklan di billboard dan ditempatkan di komplek perumahan-perumahan elit, kemudian iklan cetak flyer (brosur) serta iklan dikoran, namun kegiatan tersebut belum maksimal. Sedangkan pada kegiatan distribusi, PT. Ria Jaya Elektronik, hanya mempunyai satu counter penjualan yaitu dijalan Gatot Subroto, sehingga jika ada pembeli yang tempat tinggalnya cukup jauh tetapi masih dalam kota Medan, maka perusahaan harus mengantarkannya ketempat pembeli, tanpa membebankan biaya kepada sipembeli. (dalam arti perusahaan lah yang menanggung semua biaya pendistribusian). Hal ini akan berbeda jika perusahaan membuka beberapa agen penjual di beberapa lokasi di kota Medan. Secara garis besar masalah yang dihadapi perusahaan saat ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya persaingan usaha yang semakin ketat, sehingga diperlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan.
2. PT. Ria Jaya Elektronik hanya mempunyai satu counter penjualan, (tempat untuk penyaluran barang/atau pendistribusian), yaitu toko atau tempat penjualannya sendiri, sehingga dapat memperlambat aktivitas/kegiatan pengiriman barang tersebut kepada konsumennya.
3. PT. Ria Jaya Elektronik belum mengetahui secara detail seberapa besar pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan.

Disisi lain dengan adanya aktivitas distribusi dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, maka tentu akan menimbulkan biaya distribusi dan biaya promosi, dimana selama ini perusahaan belum mengetahui secara detail seberapa besar pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi tersebut terhadap volume penjualan. Berdasarkan gambaran umum permasalahan di atas, penulis tertarik untuk membahas masalah biaya promosi dan biaya distribusi yang dikaitkan dengan penjualan dengan mengambil judul penelitian “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan ?
2. Bagaimana pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan ?
3. Bagaimana pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah, maka ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Yang dibahas dalam penelitian ini hanyalah menyangkut biaya promosi dan distribusi dan pengaruhnya terhadap volume penjualan. Jadi yang menjadi variable independen dalam penelitian ini adalah: biaya promosi (X_1) dan biaya distribusi (X_2). Sedangkan variable bebasnya (independen) adalah volume penjualan (Y). (2) Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil penjualan dan biaya promosi serta biaya distribusi tahun 2017 dan tahun 2018 yang disajikan dalam data bulanan. (3) Model analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program computer SPSS. (4) Metode analisis data dalam penelitian ini adalah, regresi linier sederhana dan regresi berganda, dengan alat uji hipotesa yang digunakan adalah uji “ t “ dan uji “ F “. Dengan taraf signifikansi $\alpha=5\%$

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian direksional untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan kualitatif, sebab data yang disajikan selain berhubungan dengan angka dan analisis yang

digunakan adalah statistik juga menyajikan data yang berupa kata-kata atau narasi tentang perusahaan.

2.2. Identifikasi Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Adapun yang menjadi variabel (variable terikat maupun vriabel bebas) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Volume Penjualan yang merupakan variable terikat (Y)
Yaitu hasil akhir yang dicapai oleh perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Data yang digunakan adalah data volume penjualan tahun 2017-2018, dalam bentuk data bulanan.
2. Biaya Promosi, merupakan variable bebas (X_1)
Yaitu semua biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi, seperti pembuatan billboard, iklan dikoran, stiker, dan brosur. Data yang digunakan adalah biaya promosi tahun 2017-2018, dalam bentuk data bulanan.
3. Biaya Distribusi, merupakan variable bebas (X_2)
Adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen, dimana di dalamnya termasuk biaya transportasi. Data biaya distribusi dari tahun 2017-2018, dalam bentuk data bulanan.

2.3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Ria Jaya Elektronik yang terletak di Jalan Gatot Subroto Medan. Sedangkan waktu yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah bulan Juni s/d Agustus 2019.

3.3. Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah ;dokumentasi dsn wawancara sedangkan teknis analisis data dalam penelitian ini terdiri dari: uji Normalitas, untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan teknik *Komolgorov-Smirnov*. analisis regresi linear sederhana yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu buah variabel bebas terhadap satu buah variabel terikat, analisis Regresi Linear Berganda yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua buah atau lebih variabel bebas terhadap satu buah variabel terikat. Persamaan umumnya : $\bar{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$, kemudian dilanjutkan dengan Uji t untuk mengetahui signifikan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila koefisien regresi signifikan pada t-signifikan < 0,05 atau 5% berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

variabel terikat, sebaliknya jika 0,05 atau 5% maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Uji t dapat juga dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t table. t table dapat dicari dari table distribusi t dengan terlebih dahulu mengetahui nilai derajat kebebasan (dk) dari variabel

yang diuji. Nilai dk dapat dihitung dengan rumus $dk = n - k - 1$ dimana n= jumlah sampel, k=jumlah variable bebas. Sedangkan t hitung dapat ditentukan melalui perhitungan analisis regresi. Dengan membandingkan t hitung dan t table pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka akan diketahui pengaruh dari variable bebas terhadap variable terikat. Dalam penelitian ini, jika $t_{Hitung} > t_{Tabel(\alpha, dk)}$, maka terdapat pengaruh signifikan variable bebas terhadap variable terikat. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Apabila F-signifikan < 0,05 berarti hipotesis diterima, yakni terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika F-signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak, yakni tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F umumnya dilakukan pada analisis regresi berganda. Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F table. F table dapat dicari dari table distribusi F dengan terlebih dahulu mengetahui nilai derajat kebebasan (dk) dari variabel yang diuji. Disini dk nya ada dua yaitu dk_1 dan dk_2 . dk_1 dapat ditentukan dengan rumus $dk_1 = n - 1$ dan $dk_2 = n - k$. Sedangkan F hitung dapat ditentukan melalui perhitungan analisis regresi berganda. Dengan membandingkan F hitung dan F table pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka akan diketahui pengaruh dari variable bebas terhadap variable terikat. Dalam penelitian ini, jika $F_{Hitung} > F_{Tabel(\alpha, dk_1, dk_2)}$, maka terdapat pengaruh signifikan variable bebas terhadap variable terikat.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Kegiatan Penjualan PT. Ria Jaya Elektronik

Adapun jenis dan merek barang elektronik yang dijual Perusahaan, dapat dilihat pada table 1. Sedangkan hasil penjualan (dalam unit) untuk setiap merek dalam kurun waktu dua tahun terakhir, yaitu tahun 2017 dan tahun 2018, dapat dilihat pada table 2.

Tabel 1. Jenis Dan Merek Barang Elektronik Yang Dijual

| No | Jenis | Merek |
|----|-----------------------|------------|
| 1 | Televisi (TV) | Samsung |
| | | LG |
| | | Sharp |
| | | Sony |
| 2 | Air Conditioning (AC) | Samsung |
| | | LG |
| | | Daikin |
| | | Mitsubishi |
| 3 | Mesin Suci | Samsung |
| | | LG |
| | | Sharp |
| 4 | Kulkas | Samsung |
| | | LG |
| | | Hitachi |
| | | Sharp |
| 5 | Kompor Gas | Rinai |
| | | Modena |
| | | Hitachi |
| | | |

Tabel 2. Hasil Penjualan PT. Ria Jaya Elektronik Tahun 2017 dan Tahun 2018

| Tahun | Bulan | Hasil Penjualan (Unit) |
|-------|-----------|------------------------|
| 2017 | Januari | 675 |
| | Februari | 650 |
| | Maret | 596 |
| | April | 669 |
| | Mei | 586 |
| | Juni | 710 |
| | Juli | 637 |
| | Agustus | 660 |
| | September | 586 |
| | Oktober | 672 |
| | November | 622 |
| | Desember | 703 |
| 2018 | Januari | 651 |
| | Februari | 670 |
| | Maret | 670 |
| | April | 730 |
| | Mei | 650 |
| | Juni | 680 |
| | Juli | 630 |
| | Agustus | 680 |
| | September | 630 |
| | Oktober | 690 |
| | November | 630 |
| | Desember | 704 |

3.2. Kegiatan Promosi

A. Personal Selling

Cara personal selling ini tidak dilakukan diluar secara rutin oleh perusahaan, akan tetapi hanya pada saat perusahaan memperkenalkan produk baru atau akan memasuki konsumen atau pelanggan baru, dan kegiatan ini pun dilakukan oleh tenaga penjual (sales) di toko penjualan.

B. Iklan Di Billboard Dan Brosur

Selama ini iklan di billboard ditempatkan didekat pintu masuk beberapa perumahan elit, contohnya di perumahan Cemara Asri, di perumahan Bumi Permai Pancing dan setiap 6 bulan dilakukan secara bergantian ditempat-tempat lainnya. Pembuatan atau pencetakan brosur ini dilakukan dua sampai tiga kali dalam setahun dengan jumlah yang disesuaikan dengan kebutuhan, dan brosur/leaflet ini pada umumnya hanya ada dan dapat diambil oleh pembeli di toko penjualan (artinya brosur/leaflet tersebut jarang diedarkan atau dibagikan diluar toko penjualan).

C. Iklan di Media Cetak (Surat Kabar)

Perusahaan juga melakukan promosi melalui iklan disurat kabar. Surat kabar yang dipilih sebagai media promosi adalah surat kabar (Koran) harian Analisa. Keberadaan perusahaan beserta produk-produk yang dijual, diiklankan di Koran Analisa tiga kali dalam seminggu yaitu; pada hari Jumat, Sabtu dan Minggu. Besarnya biaya promosi PT.Ria Jaya Elektronik setiap bulannya pada tahun 2017 dan tahun 2018, dapat dilihat pada table.3.

Tabel 3. Total Biaya Promosi PT. Ria Jaya Elektronik Tahun 2017 S/d 2018

| Tahun | Bulan | Total Biaya Promosi (Unit) |
|-------|-----------|----------------------------|
| 2017 | Januari | 5.450.000 |
| | Februari | 5.050.000 |
| | Maret | 4.750.000 |
| | April | 4.600.000 |
| | Mei | 4.500.000 |
| | Juni | 6.500.000 |
| | Juli | 5.350.000 |
| | Agustus | 5.250.000 |
| | September | 4.500.000 |
| | Oktober | 4.800.000 |
| | November | 6.250.000 |
| | Desember | 7.500.000 |
| 2018 | Januari | 5.450.000 |
| | Februari | 5.150.000 |
| | Maret | 5.750.000 |
| | April | 6.800.000 |
| | Mei | 5.175.000 |
| | Juni | 6.250.000 |
| | Juli | 6.500.000 |
| | Agustus | 5.750.000 |
| | September | 5.800.000 |
| | Oktober | 6.750.000 |
| | November | 4.720.000 |
| | Desember | 6.800.000 |

3.3. Kegiatan Distribusi

Pada PT Ria Jaya Elektronik Medan dalam mendistribusikan barang barang hasil transaksi penjualan kepada konsumennya adalah dengan cara langsung dari toko penjualan kepada tempat tinggal konsumen dalam wilayah kota medan tanpa memungut biaya dari pembeli. Total biaya distribusi sehubungan dengan kegiatan penjualan yang telah dilakukan PT.Ria Faya Elektronik dalam kurun waktu dua tahun terakhir yaitu tahun 2017 dan tahun 2018 dapat dilihat pada table 4.

Tabel 4. Total Biaya Distribusi PT. Ria Jaya Elektronik Tahun 2017 S/d 2018

| Tahun | Bulan | Total Biaya Promosi (Unit) |
|-------|-----------|----------------------------|
| 2017 | Januari | 5.500.000 |
| | Februari | 5.100.000 |
| | Maret | 4.500.000 |
| | April | 5.750.000 |
| | Mei | 4.800.000 |
| | Juni | 7.200.000 |
| | Juli | 6.980.000 |
| | Agustus | 6.500.000 |
| | September | 4.200.000 |
| | Oktober | 5.450.000 |
| | November | 5.200.000 |
| | Desember | 7.175.000 |
| 2018 | Januari | 6.300.000 |
| | Februari | 5.200.000 |
| | Maret | 6.500.000 |
| | April | 7.500.000 |
| | Mei | 6.750.000 |
| | Juni | 5.200.000 |
| | Juli | 5.100.000 |
| | Agustus | 6.500.000 |
| | September | 5.750.000 |
| | Oktober | 7.100.000 |
| | November | 6.500.000 |
| | Desember | 8.175.000 |

3.4. Pembahasan

A. Uji Normalitas Data

Suatu variabel dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,050 pada taraf signifikansi 5%. Rangkuman hasil dari uji normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 24 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 21.46334445 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .153 |
| | Positive | .153 |
| | Negative | -.100 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .750 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .628 |

Kriteria yang digunakan yaitu data berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > dari 0,050. Nilai koefisien Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,050, yaitu 0,628 > 0,050. Jadi data diambil dari populasi berdistribusi normal.

sebaran data dalam penelitian ini yang diolah dengan program SPSS, dapat dilihat dalam tabel berikut:

B. Uji Linieritas

Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05. Adapun hasil uji linieritas biaya promosi dan distribusi terhadap penjualan dengan program SPSS dapat dilihat pada table 6 dan table 7.

Tabel 6. Hasil Uji Linieritas Biaya Promosi

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|-------------|
| Penjualan * Promosi | Between Groups | Combined) | 27680.625 | 17 | 1628.272 | 1.758 | .250 |
| | | Linearity | 10147.350 | 1 | 15165.284 | 16.3716 | .007 |
| | | Deviation from Linearity | 12515.341 | 16 | 782.209 | .844 | .637 |
| | Within Groups | | 5558.000 | 6 | 926.333 | | |
| | Total | | 33238.625 | 23 | | | |

Tabel 7. Hasil Uji Linieritas Biaya Distribusi

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-----------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------|
| Penjualan *Distribusi | Between Groups | Combined) | 30035.458 | 16 | 1877.216 | 4.102 | .033 |
| | | Linearity | 20420.231 | 1 | 20420.231 | 44.625 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 9615.227 | 15 | 641.015 | 1.401 | .338 |
| | Within Groups | | 3203.167 | 7 | 457.595 | | |
| | Total | | 33238.625 | 23 | | | |

Karena signifikansi lebih besar dari 0,050 yaitu 0,637 > 0,050 (untuk volume penjualan dan biaya promosi) serta 0,338 > 0,050 untuk volume penjualan dan biaya distribusi). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variable X₁ dan variable Y juga variable X₂ dan variable Y, adalah linear.

C. Pengujian Hipotesis

Hasil analisis regresi linier sederhana X₁ (Biaya promosi) terhadap Y (hasil penjualan atau volume penjualan) yang disajikan dan disimpulkan dalam bentuk anova yang diperoleh melalui program computer SPSS dapat dilihat pada tabel 8. dan table 9 berikut:

Tabel. 8. Tabel Anova Hasil Analisis Regresi X_1 terhadap Y

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 15165.284 | 1 | 15165.284 | 18.460 | .000 ^a |
| | Residual | 18073.341 | 22 | 821.516 | | |
| | Total | 33238.625 | 23 | | | |

Tabel. 9. Tabel Coefficients Hasil Analisis Regresi X_1 Terhadap Y

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 487.597 | 39.888 | | 12.244 | .000 |
| | Promosi | 3.005E-5 | .000 | .675 | 4.297 | .000 |

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pasangan variabel X_1 dengan volume penjualan (Y), diketahui bahwa nilai koefisien korelasi b yang diperoleh adalah sebesar 3,005 dan nilai konstanta a sebesar 487,597.

Dengan demikian persamaan regresi antara variabel biaya promosi dengan volume penjualan adalah $Y = 487,597 + 3,005 X_1$. Untuk mengetahui apakah model persamaan garis regresi tersebut dapat digunakan untuk menarik kesimpulan, dan apakah persamaan garis regresi yang telah diperoleh yaitu, biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan secara signifikan atau tidak, maka dapat dianalisis dan diuji dengan menggunakan uji t. Dalam uji t tersebut, nilai t_{hitung} dapat diperoleh dari kolom t pada table 4.9 yaitu tabel Coefficients Hasil Analisis Regresi X_1 Terhadap Y sebesar 4,297. sedangkan nilai t_{tabel} dapat dicari dengan terlebih dahulu mengetahui nilai derajat kebebasan (dk), α , n dan k nya. Dalam hal ini $\alpha=0,05$, $n=24$, $k= 2$ dan derajat kebebasan (dk) = $n-k-1 = 24-2-1 = 21$. Jadi $t_{tabel} = t_{\alpha;dk} (t_{0,05;21})=1,7207$ (dari table distribusi t). Dalam uji t tersebut, hipotesisnya adalah, H_0 diterima, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan sebaliknya H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Ternyata $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,297 > 1,7207$). maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi $Y = 487,597 + 3,005 X_1$ adalah signifikan.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan hipotesis yang diterima adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan, dengan persamaan regresi $Y = 487,597 + 3,005 X_1$. Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa apabila biaya promosi dan volume penjualan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka setiap kenaikan skor biaya promosi terhadap volume penjualan sebesar 1 (satu) poin, akan diikuti kenaikan skor volume penjualan sebesar 3,005 pada arah yang sama pada konstanta 487,597. Dengan kata lain, jika nilai X_1 sebesar satu satuan, maka nilai Y sebesar $487,597 + 3,005 = 490,602$ satuan, jika nilai X_1 naik sebesar dua satuan, maka nilai Y akan naik sebesar $487,597 + 3,005 (2) = 493,607$ satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier sederhana antara variable X_2 terhadap variable Y (Biaya distribusi terhadap volume penjualan) dan koefisien hasil analisis regresi variable X_2 terhadap variable Y yang disajikan dalam bentuk anova program SPSS dapat dilihat pada tabel 10. dan table 11.

Tabel. 10. Tabel Anova Hasil Analisis Regresi X_2 terhadap Y

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 20420.231 | 1 | 20420.231 | 35.047 | .000 ^a |
| | Residual | 12818.394 | 22 | 582.654 | | |
| | Total | 33238.625 | 23 | | | |

Tabel.11. Tabel Coefficients Hasil Analisis Regresi X₂ Terhadap Y
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 483.618 | 29.720 | | 16.273 | .000 |
| | Distribusi | 2.873E-5 | .000 | .784 | 5.920 | .000 |

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pasangan variabel X₂ (biaya distribusi) dengan volume penjualan (Y), diketahui bahwa nilai koefisien korelasi b yang diperoleh adalah sebesar 2,873 dan nilai konstanta a sebesar 483,518. Dengan demikian persamaan regresi antara variabel biaya distribusi dengan volume penjualan adalah $Y = 483,873 + 2,873 X_2$. Untuk mengetahui apakah model persamaan garis regresi tersebut dapat digunakan untuk menarik kesimpulan, dan apakah persamaan garis regresi yang telah diperoleh yaitu, biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan secara signifikan atau tidak, maka dapat dianalisis dan diuji dengan menggunakan uji t. Dalam uji t tersebut, nilai t hitung dapat diperoleh dari kolom t pada table 4.11 yaitu tabel Coefficients Hasil Analisis Regresi X₂ Terhadap Y sebesar 5,920. sedangkan nilai t-tabel dapat dicari dengan terlebih dahulu mengetahui nilai derajat kebebasan (dk), α , n dan k nya. Dalam hal ini $\alpha=0,05$, $n=24$, $k=2$ sehingga derajat kebebasan (dk) = $n-k-1 = 24-2-1 = 21$. Jadi $t_{tabel} = t_{\alpha;dk} (t_{0,05;21})=1,7207$ (dari table distribusi t). Dalam uji t tersebut, hipotesisnya adalah, H₀ diterima, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan sebaliknya H₀ ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Ternyata $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,920 > 1,7207$). maka dapat disimpulkan bahwa persamaan

regresi $Y = 483,873 + 2,873 X_2$ adalah significant. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan hipotesis yang diterima adalah, terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan, dengan persamaan regresi $Y = 483,873 + 2,873 X_2$. Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa apabila biaya distribusi dan volume penjualan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka setiap kenaikan skor biaya distribusi terhadap volume penjualan sebesar 1 (satu) poin, akan diikuti kenaikan skor volume penjualan sebesar 2,873 pada arah yang sama pada konstanta 483,873. Dengan kata lain, jika nilai X₁ sebesar satu satuan, maka nilai Y sebesar $483,873 + 2,873 = 486,746$ satuan, jika nilai X₂ naik sebesar dua satuan, maka nilai Y akan naik sebesar $483,873 + 2,873(2) = 489,619$ satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya distribusi berpengaruh positif terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan. .

Rangkuman hasil analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh secara bersama-sama antara variable X₁ dan variable X₂ terhadap Y dengan bantuan program computer SPSS, dapat dilihat dalam tabel 12 dan table 13.

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi X₁, X₂ Terhadap Y (Penjualan)
ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 22643.096 | 2 | 11321.548 | 22.439 | .000 ^a |
| | Residual | 10595.529 | 21 | 504.549 | | |
| | Total | 33238.625 | 23 | | | |

a. Predictors: (Constant), Distribusi, Promosi

b. Dependent Variable: Penjualan

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi X₁, X₂ Terhadap Y (Penjualan)
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 445.319 | 33.133 | | 13.440 | .000 |
| | Promosi | 1.434E-5 | .000 | .322 | 2.099 | .048 |
| | Distribusi | 2.168E-5 | .000 | .591 | 3.850 | .001 |

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 445.319 | 33.133 | | 13.440 | .000 |
| Promosi | 1.434E-5 | .000 | .322 | 2.099 | .048 |
| Distribusi | 2.168E-5 | .000 | .591 | 3.850 | .001 |

a. Dependent Variable: Penjualan

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda antara pasangan data biaya promosi (variabel X_1) secara bersama-sama dengan biaya distribusi (variabel X_2) terhadap volume penjualan (variabel Y), diketahui bahwa nilai koefisien regresi ganda $b_1 = 1,434$ dan $b_2 = 2,168$ dengan nilai konstanta a sebesar $445,319$. Dengan demikian bentuk hubungan antara variabel biaya promosi (X_1) dan biaya distribusi (X_2) dengan volume penjualan (variabel Y) digambarkan oleh persamaan regresi yaitu: $Y = 445,319 + 1,434 X_1 + 2,168 X_2$

Untuk mengetahui apakah model persamaan garis regresi berganda tersebut dapat digunakan untuk menarik kesimpulan, dan apakah persamaan garis regresi yang telah diperoleh yaitu, biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan secara signifikan atau tidak, maka dapat dianalisis dan diuji dengan menggunakan uji F. Dalam uji F tersebut, nilai F hitung dapat diperoleh dari kolom F pada table 4.12 yaitu Anova Hasil Analisis Regresi X_1, X_2 Terhadap Y (Penjualan) sebesar $22,430$. sedangkan nilai F_{tabel} dapat dicari dengan terlebih dahulu mengetahui nilai derajat kebebasan (dk), α , n dan k nya. Dimana dk nya ada dua yaitu $dk_1 = n-1$ dan $dk_2 = n-k$. k itu sendiri adalah jumlah variable bebas $= 2$ dan $n =$ jumlah sampel. Dengan demikian $dk_1 = 2-1 = 1$ dan $dk_2 = 24-2 = 22$. Dengan $\alpha = 0,05$, maka $F_{table} = F_{\alpha, 0,05}(dk_1, dk_2) = 4,3009$ (Dari table distribusi F). Adapun $F_{hitung} = 22,439$ (dari table Anova). Dalam uji F tersebut, hipotesisnya adalah, H_0

diterima, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dan sebaliknya H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Ternyata $F_{hitung} > F_{table}$ ($22,439 > 4,3009$. maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi $Y = 445,319 + 1,434 X_1 + 2,168 X_2$ adalah significant. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan hipotesis yang diterima adalah, terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan, dengan persamaan regresi $Y = 445,319 + 1,434 X_1 + 2,168 X_2$. Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut, apabila biaya promosi (X_1) dan biaya distribusi (X_2) sebesar satu satuan, maka nilai Y adalah sebesar $445,319 + 1,434 + 2,168 = 448,921$ satuan. Biaya promosi X_1 jika naik sebesar dua satuan, nilai X_2 adalah konstan, maka nilai Y juga akan naik sebesar $445,319 + 2(1,434) + 2,168 = 450,355$ satuan. Biaya distribusi X_2 jika naik sebesar dua satuan dan nilai X_1 adalah konstan, maka nilai Y juga akan naik sebesar $445,319 + 1,434 + 2(2,168) = 451,089$ satuan.

4.2.2. Besarnya Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama terhadap volume penjualan, dapat ditentukan melalui besarnya nilai koefisien determinasi R Square (R^2) hasil uji regresi berganda seperti pada table 14.

Tabel 4.14. Tabel Model Summary R, R Square Hasil Uji Regresi Berganda

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .825 ^a | .681 | .651 | 22.462 |

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R^2 (R Square) yaitu sebesar $0,681$; ini dapat diartikan bahwa kontribusi/sumbangan biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama terhadap volume penjualan adalah sebesar $68,1\%$. Dan sisanya sebesar $32,9\%$ merupakan pengaruh factor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dan untuk

mengetahui variabel mana yang lebih kuat pengaruhnya antara biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan, dapat diketahui melalui besaran *standardized coefficient beta* antara biaya promosi dan biaya distribusi pada table 4.13. Dari table tersebut dapat dilihat bahwa *standard koefisien beta* yang paling besar adalah pada biaya distribusi

yaitu sebesar 0,591, sedangkan standard koefisien beta biaya promosi adalah sebesar 0,322, yang berarti bahwa faktor yang paling dominan pengaruhnya diantara biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan PT. Ria Jaya Elektronik adalah biaya distribusi, dengan kontribusi sebesar 59,1%.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan, hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansinya, yaitu sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,050. Persamaan regresi yang didapatkan adalah $Y = 487,597 + 3,005 X_1$. Koefisien regresi biaya promosi menunjukkan nilai yang positif dan sig. level kurang dari 0,050 (nilai alfa) dan $t_{hitung} = 4,927$, t_{tabel} dengan $\alpha; 0,05 = 1,7209$. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi biaya promosi maka akan semakin tinggi volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan, hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansinya, yaitu sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,050. Persamaan regresi yang didapatkan adalah $Y = 483,618 + 2,873 X_2$. Koefisien regresi biaya distribusi menunjukkan nilai yang positif dan sig. level kurang dari 0,050 (nilai alfa) dan $t_{hitung} = 4,927$, t_{tabel} $\alpha; 0,05 = 1,7209$. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi biaya distribusi, maka akan semakin tinggi volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan.
3. Terdapat pengaruh signifikan biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama terhadap volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan, hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansinya, yaitu sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,050. Persamaan regresi yang didapatkan adalah $Y = 445,319 + 1,434 X_1 + 2,168 X_2$, dengan sig. level $0,000 < 0,050$ (nilai

alfa), dan $F_{hitung} = 22,439$, $F_{tabel} \alpha; 0,05 = 4,3009$. Hal ini berarti bahwa biaya promosi dan biaya distribusi yang tinggi maka akan semakin tinggi volume penjualan pada PT. Ria Jaya Elektronik Medan.

4. Besarnya pengaruh atau kontribusi/sumbangan biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan adalah sebesar 68,1%. Dan sisanya sebesar 32,9% merupakan pengaruh factor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dan yang paling dominan pengaruhnya diantara biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan PT. Ria Jaya Elektronik adalah biaya distribusi, yaitu sebesar 0,591 atau 59,1%.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Imam Hardjanto. (2005). *Pengantar Bisnis*. Penerbit; Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. (1995), *Pengantar Bisnis Modern*, edisi ke tiga. penerbit; Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha. (2004), *Saluran Pemasaran Modern*, Edisi keempat Penerbit; BPFE, Yogyakarta.
- Fajar Laksana. (2008), *Manajemen pemasaran*, Penerbit, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Gugup Kismono. (2001), *Bisnis Pengantar*, Penerbit, BPFE, Yogyakarta
- Gunawan Sudarmanto. (2015), *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Penerbit, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- J. Supranto. (2009). *Statistik Teori dan Aplikasi, edisi ketujuh*. Penerbit, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2000), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, (2004), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Penerbit, Erlangga, Jakarta.
- Fredi Rangkuti. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Penerbit, PT. Gramedia, Jakarta.
- Sugiono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.