

## ABSTRAK

Sese, 181010162, 2022, Pengaruh *Personal Selling* dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Makmur Auto Sejahtera, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II: Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling* terhadap Volume Penjualan pada CV. Makmur Auto Sejahtera, mengetahui pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada CV. Makmur Auto Sejahtera, mengetahui pengaruh *Personal Selling* dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada CV. Makmur Auto Sejahtera.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2020 sebanyak 11.474 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 99 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Volume Penjualan = 8,870 + 0,311 *Personal Selling* + 0,198 Saluran Distribusi + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *Personal Selling* memiliki nilai  $t_{hitung} (3,923) > t_{tabel} (1,984)$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara *Personal Selling* terhadap Volume Penjualan pada CV. Makmur Auto Sejahtera. Hasil analisis menunjukkan Saluran Distribusi memiliki nilai  $t_{hitung} (3,665) > t_{tabel} (1,984)$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada CV. Makmur Auto Sejahtera.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Personal Selling* dan Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada CV. Makmur Auto Sejahtera berdasarkan nilai  $F_{hitung} (36,163) > F_{tabel} (3,09)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Personal Selling* dan Saluran Distribusi secara simultan terhadap Volume Penjualan pada CV. Makmur Auto Sejahtera. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,418 artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel *Personal Selling* dan Saluran Distribusi sebesar 41,8% sedangkan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti promosi penjualan, periklanan, kualitas produk, pelayanan, kepuasan dan berbagai variabel lainnya.

**Kata Kunci:** *Personal Selling*, Saluran Distribusi, Volume Penjualan

## **ABSTRACT**

***Sese, 181010162, 2022, Effect of Personal Selling and Distribution Channels on Sales Volume at CV. Makmur Auto Sejahtera, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Advisor II: Dedy Blue, S.E., M.M.***

*This study aims to determine the effect of Personal Selling on Sales Volume on CV. Makmur Auto Sejahtera, knowing the effect of Distribution Channels on Sales Volume on CV. Makmur Auto Sejahtera, knowing the influence of Personal Selling and Distribution Channels on Sales Volume on CV. Prosperous Auto Prosperity.*

*The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all consumers who made purchases at the company during the 2020 period as many as 11,474 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 99 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation  $\text{Sales Volume} = 8.870 + 0.311 \text{ Personal Selling} + 0.198 \text{ Distribution Channels} + e$ .*

*The results of the research analysis show that Personal Selling has a value of  $t_{\text{count}} (3.923) > t_{\text{table}} (1.984)$  with a significant level of  $0.000 < 0.05$  so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Personal Selling on Sales Volume on CV. Prosperous Auto Prosperity. The results of the analysis show that the distribution channel has a value of  $t_{\text{count}} (3.665) > t_{\text{table}} (1.984)$  with a significant level of  $0.000 < 0.05$  so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Distribution Channels on Sales Volume at CV. Prosperous Auto Prosperity.*

*The results showed that Personal Selling and Distribution Channels had a positive and significant effect on Sales Volume on CV. Makmur Auto Sejahtera based on the value of  $F_{\text{count}} (36,163) > F_{\text{table}} (3,09)$  with a significance of  $0,00 < 0,05$  so it can be concluded that there is a significant influence between Personal Selling and Distribution Channels simultaneously on Sales Volume on CV. Prosperous Auto Prosperity. The results of this study are supported by the value of R Square ( $R^2$ ) or the coefficient of determination obtained is 0.418, meaning that the Sales Volume variable can be explained by the Personal Selling and Distribution Channel variables of 41.8% while the remaining 58.2% is influenced by other factors originating from from outside this research model such as sales promotion, advertising, product quality, service, satisfaction and various other variables.*

***Keywords: Personal Selling, Distribution Channels, Sales Volume.***