

**PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN BARANG,
DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN
SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT INDAKO TRADING
COY JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362, MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
DESICA
181010036**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

ABSTRAK

Desica, 181010036. 2022, Pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, Dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E.,M.Si, Pembimbing II: Ihdina Gustina, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh Distribusi terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan, mengetahui pengaruh Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan, mengetahui pengaruh Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan dan mengetahui pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

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, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja No. 362 Medan serta unit observasinya adalah konsumen PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja No. 362 Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja No. 362 Medan sebanyak 5.928 konsumen. Teknik pengambilan sampel penelitian dengan rumus Slovin dan diperoleh sebanyak 98 konsumen. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Volume Penjualan = 0,111 + 0,148 Distribusi + 0,138 Persediaan Barang + 0,287 Periklanan + e.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Distribusi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 2,278 > t_{tabel} 1,986$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persediaan Barang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 2,454 > t_{tabel} 1,986$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Periklanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 5,353 > t_{tabel} 1,986$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Distribusi, Persediaan Barang, Dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 41,800 > F_{tabel} 2,70$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai adjusted R square (R^2) = 0,558 atau 55,8% yang artinya bahwa Distribusi, Persediaan Barang, Dan Periklanan secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 55,8% terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362. Sedangkan sisanya 44,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti harga, lokasi, kualitas pelayanan, dan lain-lain.

Kata Kunci : Distribusi, Persediaan Barang, Periklanan, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Desica, 181010036. 2022, *The Influence of Distribution, Inventory, and Advertising on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan*, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E,M.Si, Advisor II: Ihidina Gustina, S.E., M.M.

This research aims to determine the influence of Distribution on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan, to determine the influence of Inventory on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan, to determine the influence of Advertising on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan, and to determine the influence of Distribution, Inventory, and Advertising on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan.

*The research methodology used is quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which means data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data, the unit of analysis in this research is PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan and the unit of observation in this research is the customers of PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan, numbered around 5.928 customers. The sample collection technique used was the Slovin formula, the sample obtained was 98 customers. The data was analyzed by using multiple linear regression analysis method. The results provide the equation **Sales Volume = 0,111 + 0,148 Distribution + 0,138 Inventory + 0,287 Advertising + e.***

The results of the research showed that Distribution had positive and significant influence on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan based on the results of partial hypothesis test, namely $t_{count} 2,278 > t_{table} 1,986$. The results of the research showed that Inventory had positive and significant influence on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan based on the results of partial hypothesis test, namely $t_{count} 2,454 > t_{table} 1,986$. The results of the research showed that Advertising had positive and significant influence on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan based on the results of partial hypothesis test, namely $t_{count} 5,353 > t_{table} 1,986$.

The results showed that the Distribution, Inventory, and Advertising on the Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan based on the results of simultaneous hypothesis test of $F_{count} 41,800 > F_{table} 2,70$. The results of this study are supported by the value of adjusted R square (adjusted R^2) = 0.558 or 55,8%, which means that Distribution, Inventory, and Advertising simultaneously have an effect of 55,8% on Sales Volume at PT Indako Trading Coy Jl. Sisingamangaraja No. 362 Medan. While the remaining 44,2% is influenced by other factors originating from outside this research model such as price, location, service quality, and others.

Keywords : Distribution, Inventory, Advertising, Sales Volume.

Judul : PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN
BARANG, DAN PERIKLANAN TERHADAP
VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR
HONDA PADA PT INDAKO TRADING COY
JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362,
MEDAN

Nama : Desica

NIM : 181010036

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
0006037202

Pembimbing II,



Ihdina Gustina, S.E., M.M.
NIDN: 0120088303

Diterima dan Divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul	: PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN BARANG, DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT INDAKO TRADING COY JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362, MEDAN
Nama	: Desica
NIM	: 181010036
Program Studi	: Manajemen
Perguruan Tinggi	: STIE Eka Prasetya

Pada Tanggal 09 Juli 2022
Dewan Penguji

Penguji I : Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN : 0127117801



Penguji II : Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601



STIE Eka Prasetya,
Ketua

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Desica
NIM	181010036
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda pada PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Pembimbing-II	Ihdina Gustina, S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 24 Mei 2022



Desica
181010036

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **"PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN BARANG, DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT INDAKO TRADING COY JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362, MEDAN"** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, S.T.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penulisan Skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Herry Andipoh, B.Comm
5. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M. dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penulisan Skripsi ini.
6. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
7. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi Abidin, S.M.
9. Seluruh Dosen pengajar dan Staff Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
10. Pimpinan PT Indako Trading Coy yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan penyelesaian skripsi ini.

11. Kedua orang tua tercinta, saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 24 Mei 2022
Penulis



Desica
181010036

DAFTAR ISI

JUDUL

ABSTRAK

ABSTRACT

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14

2.1.1 Volume Penjualan	14
2.1.1.1 Pengertian Volume Penjualan.....	14
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	15
2.1.1.3 Indikator Volume Penjualan	16
2.1.2 Distribusi.....	16
2.1.2.1 Pengertian Distribusi.....	16
2.1.2.2 Strategi Cakupan Distribusi	17
2.1.2.3 Indikator Distribusi	18
2.1.3 Persediaan Barang.....	18
2.1.3.1 Pengertian Persediaan Barang.....	18
2.1.3.2 Jenis-jenis Persediaan	19
2.1.3.3 Indikator Persediaan Barang	20
2.1.3 Periklanan.....	20
2.1.3.1 Pengertian Periklanan	20
2.1.3.2 Fungsi Periklanan.....	21
2.1.3.3 Indikator Periklanan.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	26
3.1.2 Waktu Penelitian	26

3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.2.1 Jenis Data	26
3.2.2 Sumber Data.....	27
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	32
3.7 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1 Uji Normalitas.....	33
3.7.2 Uji Multikolinearitas	35
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	35
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.9 Uji Hipotesis	37
3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	37
3.9.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	38
3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	40

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.1.2.1 Visi.....	40
4.1.2.2 Misi	41
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.1.4 Karakteristik Responden	47
4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
4.1.5.1 Uji Validitas	49
4.1.5.2 Uji Reliabilitas	53
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	55
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	55
4.1.6.2 Uji Multikolonieritas.....	57
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	61
4.1.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	61
4.1.7.2 Uji Simultan (Uji-F).....	63
4.2 Pembahasan	65

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Implikasi Manajerial.....	71
5.3 Saran Akademis.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN OBSERVASI

SURAT BALASAN OBSERVASI

KARTU AUDIENCE SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Periode 2016 sampai 2020	2
Tabel 1.2	Nama <i>Dealer</i> Sepeda motor Honda di Indonesia	2
Tabel 1.3	Nama <i>Dealer</i> Sepeda motor Honda di Sumatera Utara.....	3
Tabel 1.4	Data Penjualan PT Indako Trading Coy III tahun 2016 sampai 2021	4
Tabel 1.5	Data Distribusi PT Indako Trading Coy kepada kepada PT Indako Trading Coy III dari tahun 2016 sampai 2021.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Distribusi (X_1).....	50
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Persediaan Barang (X_2).....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Periklanan (X_3).....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Volume Penjualan (Y)	52
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel Distribusi.....	53
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel Persediaan Barang	54
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel Periklanan	54
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan.....	54
Tabel 4.12	Uji Hasil Uji Normalitas	57

Tabel 4.13 Uji Multikolonieritas	58
Tabel 4.14 Hasil Analisis regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	62
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	64
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proses Distribusi Unit dari Astra Honda Motor – Konsumen	5
Gambar 1.2	Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2016.....	8
Gambar 1.3	Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2017.....	8
Gambar 1.4	Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2018.....	9
Gambar 1.5	Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2019.....	9
Gambar 1.6	Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2020.....	10
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	41
Gambar 4.2	Uji Normalitas Histogram	55
Gambar 4.3	Uji Normal <i>P-P Plot</i>	56
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Tabulasi Kuesioner
Lampiran 3	: Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	: Tabulasi Kuesioner Sampel Penelitian
Lampiran 5	: Analisis Regresi Linear Berganda
Lampiran 6	: Tabel Statistik

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan sektor otomotif di Indonesia yang mengalami peningkatan maupun penurunan dari tahun ke tahun menyebabkan persaingan pasar menjadi semakin kuat, dimana saat ini terdapat banyak merek yang terus menghadirkan berbagai produk sepeda motor mereka masing-masing untuk bersaing di pasar. Adapun beberapa merek yang memasarkan produk sepeda motornya di Indonesia antara lain yaitu Honda, Suzuki, Kawasaki serta Yamaha. Persaingan pasar antar merek yang semakin tinggi menuntut masing-masing merek untuk terus meningkatkan serta mengembangkan strategi mereka saat menghadapi kompetitor.

Semakin meningkatnya jumlah populasi penduduk dari tahun ke tahun juga berarti semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam hal transportasi. Selain itu gaya hidup masyarakat Indonesia yang produktif mendorong mereka untuk melakukan aktivitas terus menerus dari satu tempat ke tempat lain. Kebutuhan masyarakat untuk melakukan mobilitas dengan cepat dan efisien membuka peluang bagi bisnis sepeda motor semakin besar. Dengan adanya kebutuhan masyarakat akan transportasi termasuk sepeda motor membuka peluang bagi pelaku bisnis sepeda motor sehingga mereka berlomba-lomba untuk menciptakan dan menawarkan produknya kepada calon konsumen.

Berbagai merek yang telah memasarkan produknya di Indonesia memiliki keunggulan masing-masing yang menjadi daya tarik bagi konsumennya, sehingga dapat mendukung penjualan mereka. Penjualan sepeda motor di Indonesia telah

mengalami pertumbuhan yang naik dan turun. Berdasarkan data yang diperoleh dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia), penjualan sepeda motor di Indonesia dari tahun 2016 sampai tahun 2021 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Periode 2016 sampai 2021

Tahun	Volume Penjualan (Unit)	Persentase
2016	5.931.285	-
2017	5.886.103	- 0,76%
2018	6.383.108	+ 8,44%
2019	6.487.460	+ 1,63%
2020	3.660.616	- 43,57%
2021	5.057.516	+ 38,16%

Sumber: <https://www.aisi.or.id>

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa penjualan sepeda motor di Indonesia dari berbagai merek sepeda motor di Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan, peningkatan penjualan paling signifikan terjadi pada tahun 2020 ke tahun 2021, sedangkan penurunan penjualan paling signifikan terjadi pada tahun 2019 ke tahun 2020. Adapun penurunan penjualan yang terjadi disebabkan oleh pandemi Virus Corona.

Adapun beberapa *dealer* yang menjual sepeda motor Honda di Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Nama Dealer Sepeda motor Honda di Indonesia

No.	Nama Dealer	Alamat
1.	Dunia Motor	Jl. Raya Kby. Lama No.556, RT.6/RW.1, Grogol Sel., Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12220
2.	PT Marconi Mandiri perkasa	Jl. No.35, Cikalongsari, Kec. Jatisari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 45235
3.	Sahuri Berlian Motor	Ps. Sekura No.10, Ps. Melayu, Kec. Sambas, Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat 79462
4.	PT Dinamik Intan Pimasda	Jl. Gatot Subroto, Kp. Bulang, Kec. Tanjungpinang Tim., Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau
5.	CV Metro Jaya	Jl. Pulau Sumatera, Gebang Rejo, Poso Kota,

No.	Nama Dealer	Alamat
	Mandiri	Kabupaten Poso, Sulawesi Tengah 94612

Adapun dealer sepeda motor Honda untuk di daerah Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Nama Dealer Sepeda motor Honda di Sumatera Utara

No.	Nama Dealer	Alamat
1.	PT Indako Trading Coy III	Jl. Sisingamangaraja No.362, Siti Rejo I, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20144
2.	PT Bintang Utama Motor	Jl. Pasar I Gg Asam Ii Lk. Vii, Tanjung Sari Medan Selayang, Kota Medan - 20132
3.	PT Cakra Adi Dharma	Jl. Jend A. Yani No. 51 Abcd Rantau Prapat - Rantau Utara - Labuhan Batu - 21412
4.	CV Honda Kita	Dusun V A Kadir Desa Tandam Hulu Ii Hamparan Perak, Hamparan Perak Deli Serdang, Sumatera Utara
5.	PT Indostar Sukses Mandiri	Jl. Karya No.184, 184a Karang Berombak Medan Barat Kota Medan Sumatera Utara

PT Indako Trading Coy merupakan *main dealer* resmi untuk sepeda motor Honda di Sumatera Utara yang telah memiliki banyak *dealer* yang tersebar di Sumatera Utara. Indako Trading Coy didirikan pada tahun 1966 dan berlokasi di Jalan Pemuda No 18 D-H Medan. Nama Indako sebenarnya singkatan dari Industri dan Komersil, bisnis pertamanya adalah bidang otomotif (mobil, sepeda motor dan generator Listrik) dan Johnson (mesin *speedboat*) juga *spare part* dari produk di atas. Indako Trading Coy kemudian bekerja sama dengan Honda (Jepang) dan Johnson (Singapura).

Ketika PT Astra International ditunjuk sebagai *Sole Distributor* untuk Honda di Indonesia pada tahun 1971, PT Astra International menunjuk Indako Trading Coy sebagai *main dealer* dari sepeda motor Honda untuk daerah Sumatera Utara. Juga sebagai *main dealer Spare Part* Honda (*Honda Genuine Parts*) untuk daerah

Sumatera Utara dan Aceh. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi pada PT Indako Trading Coy III.

Seiring perkembangan perusahaan saat ini, Indako Trading Coy didukung ratusan jaringan penjualan, *service* dan *spare part* yang berkembang bersama dalam sistem *improvement* untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat pecinta Honda. Penjualan sepeda motor di Sumatera Utara juga mengalami peningkatan serta penurunan Volume Penjualan. Adapun data penjualan PT Indako Trading Coy dari tahun 2016 sampai 2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4
Data Penjualan PT Indako Trading Coy III tahun 2016 sampai 2021

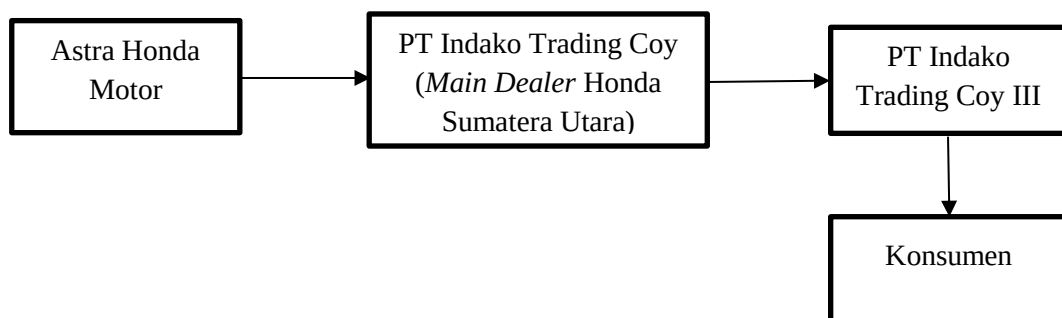
Tahun	Volume Penjualan (Unit)	Persentase
2016	5.845	-
2017	5.477	- 6,30 %
2018	6.503	+ 18,73 %
2019	6.935	+ 6,64 %
2020	5.169	- 25,47 %
2021	5.928	+ 14,68 %

Sumber: <https://dms.indako.co.id/admin>

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa Volume Penjualan unit sepeda motor di PT Indako Trading Coy III mengalami kenaikan dan penurunan. Kenaikan Volume Penjualan paling signifikan terjadi pada tahun 2018.

Volume Penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit satuan produk (Nurul Husna, 2020). Dalam hal ini, Volume Penjualan perusahaan dinilai selalu mengalami peningkatan dan penurunan, walaupun tidak terlalu signifikan, akan tetapi jika dipertahankan terus menerus dapat meningkat dengan pesat. Terdapat beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi Volume Penjualan yaitu Saluran Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan.

Menurut Tjiptono (2019:361), Distribusi adalah segala kegiatan untuk memindahkan produk dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dan dalam jangka waktu tertentu. Distribusi produk yang efektif dan efisien akan mendukung kelancaran penyampaian produk dari produsen ke distributor, distributor ke konsumen dalam waktu yang cepat sehingga konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun, kurangnya *supply* dari produsen ke distributor akan menghambat untuk memenuhi permintaan konsumen yang telah ada, sehingga permintaan tersebut tidak dapat dipenuhi langsung oleh distributor terhadap konsumen karena kurangnya Persediaan Barang terhadap produk yang diminta.



Gambar 1.1
Proses Distribusi Unit dari Astra Honda Motor – Konsumen

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa Distribusi kepada konsumen akan dipengaruhi oleh jumlah unit yang diberikan oleh Astra Honda Motor selaku produsen Sepeda Motor Honda di Indonesia kepada *Main Dealer* di Sumatera Utara, dimana juga akan mempengaruhi jumlah unit yang didistribusikan kepada PT Indako Trading Coy III selaku *dealer* yang berhubungan langsung dengan konsumen.

Adapun jumlah distribusi unit dari tahun 2016 sampai 2020 yang diberikan oleh PT Indako Trading Coy selaku *main dealer* kepada PT Indako Trading Coy III ditampilkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.5
Data Distribusi PT Indako Trading Coy kepada PT Indako Trading Coy III
dari tahun 2016 sampai 2021

Tahun	Jumlah Distribusi (Unit)	Persentase
2016	5.866	-
2017	5.456	- 6,98 %
2018	6.640	+ 21.70 %
2019	7.030	+ 5,87 %
2020	4.846	- 31,06 %
2021	5.901	+ 21,77 %

Sumber: Utilnova Indako

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa Distribusi unit sepeda motor dari PT Indako Trading Coy selaku *main dealer* kepada PT Indako Trading Coy III dari tahun ke tahun juga mengalami kenaikan dan penurunan. Kenaikan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2021 yaitu sebesar 21,77%. Sedangkan penurunan Distribusi unit yang paling signifikan terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 36,06%. Distribusi produk yang dilakukan oleh perusahaan bergantung pada jumlah produk yang diberikan oleh *supplier*, dalam hal ini adalah Astra Honda Motor.

Jumlah produk yang didistribusikan ke perusahaan mengalami perubahan beberapa kali dalam satu bulan. Apabila jumlah Distribusi produk yang diberikan tidak sesuai dengan permintaan yang diajukan oleh perusahaan, maka akan mempengaruhi Persediaan Barang yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Kholil dkk (2019:49), Persediaan adalah stok barang/sumber daya yang digunakan dalam organisasi. Persediaan Barang akan mempengaruhi kesanggupan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan unit dari *dealer*.

Kurangnya Distribusi produk dari Astra Honda Motor akan produk yang memiliki jumlah permintaan yang tinggi mengakibatkan banyak *indent* konsumen *dealer* yang tidak terpenuhi.

Faktor lainnya yang mempengaruhi Volume Penjualan adalah Periklanan. Periklanan adalah penggunaan media bauran oleh penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk, jasa atau pun organisasi dan merupakan alat promosi yang kuat (Mariah Fitriah, 2018:12). Periklanan merupakan cara yang efektif didalam memberikan informasi kepada pembeli yang potensial. Cara ini juga dapat memberikan pendekatan dan dapat memperkuat keinginan pembeli terhadap suatu produk perusahaan, sehingga tidak tergoyahkan oleh perusahaan pesaing.

Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sendiri sangatlah minim yaitu hanya pada saat ada pameran yang diadakan, dimana pada masa pandemi ini pameran sudah jarang dilakukan. Mayoritas Iklan Honda di Sumatera Utara hanya dibuat oleh *main dealer*. Iklan dari PT Indako Trading Coy III sendiri sangat sedikit seperti pembuatan brosur untuk dibagikan kepada konsumen, pencetakan kalender tahun baru. sehingga apabila intensitas Iklan dari *main dealer* berkurang atau lebih sedikit di suatu waktu maka akan berpengaruh kepada seluruh *dealer* termasuk juga ke Volume Penjualan setiap *dealer*.

Design iklan yang dibuat oleh Astra Honda Motor diizinkan untuk digunakan oleh PT Indako Trading Coy selaku *main dealer* sepeda motor Honda di Sumatera Utara. Adapun beberapa contoh iklan yang telah dibuat oleh Astra Honda Motor yaitu :



Gambar 1.2
Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2016

Gambar 1.2 merupakan iklan Sepeda Motor Honda tahun 2016 yang menggandeng selebriti Al Ghazali sebagai bintang iklan untuk produk Beat.



Gambar 1.3
Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2017

Gambar 1.3 merupakan iklan Sepeda Motor Honda tahun 2017 yang menggandeng aktor Chicco Jerikho sebagai bintang iklan untuk produk CB150R milik Honda.



Gambar 1.4
Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2018

Gambar 1.4 merupakan iklan Sepeda Motor Honda tahun 2018, dimana pada tahun ini Astra Honda Motor tidak lagi menggandeng artis sebagai bintang iklan.



Gambar 1.5
Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2019

Gambar 1.4 merupakan iklan Sepeda Motor Honda tahun 2019 untuk produk Vario 150.



Gambar 1.6
Iklan Sepeda Motor Honda tahun 2020

Gambar 1.6 merupakan iklan Sepeda Motor Honda tahun 2019 untuk produk Beat yang merupakan produk yang telah ditingkatkan dari produk beat yang sebelumnya telah dirilis.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi tentang: **“PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN BARANG, DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT INDAKO TRADING COY JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362, MEDAN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir Volume Penjualan fluktuatif disebabkan oleh:

1. Distribusi unit dari Astra Honda Motor ke PT Indako Trading Coy selaku *Main Dealer* sepeda motor Honda di Sumatera Utara tidak selalu sesuai dengan ekspektasi.
2. Persediaan Barang untuk unit yang *high demand* tidak selalu tersedia dikarenakan jumlah rencana distribusi dari Astra Honda Motor terus berubah.
3. Iklan yang dibuat oleh perusahaan sendiri selaku *dealer* sangat sedikit, yaitu hanya berupa pembuatan brosur harga yang dibagikan ke konsumen, pembuatan kalender tahun baru.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Distribusi (X_1) Persediaan Barang (X_2), dan Periklanan (X_3) terhadap Volume Penjualan (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen PT. Indako Trading Coy III.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Distribusi terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan ?

2. Apakah ada pengaruh Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan ?
3. Apakah ada pengaruh Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan ?
4. Apakah ada pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan ?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Distribusi terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Adapun kegunaan bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat menjadikan suatu tolak ukur dan bahan evaluasi untuk menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan dalam meningkatkan strategi Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan dalam upaya meningkatkan Volume Penjualan perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu bagi penulis tentang pemasaran untuk dapat diterapkan pada permasalahan dalam dunia nyata yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

3. Manfaat Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan bahan tambahan referensi mengenai korelasi antara perencanaan Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan dalam upaya meningkatkan Volume Penjualan sebagai tambahan kajian dibidang manajemen pemasaran. Sehingga dapat membandingkan antara teori yang diperoleh dalam perkuliahan dan aplikasi lapangan. Dapat berguna sebagai tambahan referensi penelitian dengan tema yang sama dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Volume Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Volume Penjualan

Menurut Ngalimun, dkk (2019:229), “Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan”.

Menurut Soemohadiwidjojo (2017:61), “Volume Penjualan adalah jumlah produk yang terjual dalam jangka waktu satu tahun. Satuan yang digunakan bergantung pada jenis barang yang dijual”.

Menurut Husna (2020:40), “Volume Penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk”.

Menurut Rangkuti (2009:58), “Volume Penjualan merupakan jumlah penjualan yang berhasil dilakukan perusahaan”.

Menurut Raras (2017:145), “Volume Penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan”.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa Volume Penjualan adalah hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba.

2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Ngalimun (2019:229), kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran Penjualan yang diharapkan.

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai pihak pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan Penjualan. Hal yang harus diperhatikan seperti kelompok pembeli atau segmen pasarnya, daya beli konsumen, frekuensi pembelian.

3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual, dalam keadaan seperti ini penjual harus memperkenalkan dulu barangnya kepada pembeli. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

4. Kondisi organisasi perusahaan dan lain-lain

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah Penjualan ini ditangani oleh bagian Penjualan yang dipegang oleh ahli bidang Penjualan, lain hasilnya dengan perusahaan kecil dimana masalah Penjualan juga ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain.

2.1.1.3 Indikator Volume Penjualan

Menurut Ngalimun (2019:229), indikator Volume Penjualan adalah sebagai berikut :

1. Mencapai Volume Penjualan.
2. Mendapatkan laba.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

2.1.2 Distribusi

2.1.2.1 Pengertian Distribusi

Menurut Abdullah (2015:241), “Distribusi fisik adalah arus fisik barang-barang”.

Menurut Suryanto (2016:59), “Distribusi fisik memiliki fungsi yaitu menciptakan dan memuaskan kebutuhan pelanggan, menghemat biaya distribusi, menimbulkan keinginan pelanggan untuk meningkatkan volume transaksi, menstabilkan harga, mempengaruhi pilihan saluran distribusi dan lokasi pedagang perantara dan menjamin adanya biaya rendah”.

Menurut Tjiptono (2019:361), “Distribusi adalah segala kegiatan untuk memindahkan produk dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dan dalam jangka waktu tertentu”.

Menurut Pride (2017:549), “Distribusi adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan efisiensi perpindahan produk dari produsen ke pengguna akhir”.

Menurut Sudaryono (2016:225), “Distribusi meliputi semua aktivitas yang diperlukan untuk menggerakkan produk dari produsen ke konsumen, termasuk pengolahan pesanan, pengendalian persediaan, pergudangan, penanganan material, dan operasi transportasi”.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa, Distribusi adalah semua aktivitas dalam rangka memindahkan produk dari produsen ke konsumen termasuk pengolahan pesanan, pengendalian persediaan, pergudangan, penanganan material, dan operasi transportasi dalam jangka waktu tertentu.

2.1.2.2 Strategi Cakupan Distribusi

Menurut Tjiptono (2019:366), ada 3 strategi cakupan distribusi yaitu:

1. Distribusi eksklusif

Yaitu produsen hanya menunjuk satu orang perantara khusus untuk menyalurkan barangnya di daerah atau wilayah tertentu.

2. Distribusi intensif

Yaitu produsen berusaha menyediakan produknya di semua gerai ritel yang mungkin memasarkannya.

3. Distribusi selektif

Yaitu strategi menempatkan produk perusahaan di beberapa gerai ritel saja dalam suatu daerah tertentu.

2.1.2.3 Indikator Distribusi

Menurut Abdullah (2015:242), indikator dari Distribusi adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Persediaan Barang dan pergudangan
2. Penanganan Barang (*materials handling*)
3. Pengendalian Persediaan (*inventory control*)
4. Pemrosesan pemesanan
5. Pengangkutan

2.1.3 Persediaan Barang

2.1.3.1 Pengertian Persediaan Barang

Menurut Kasmir (2021:258), “Sediaan adalah sejumlah barang yang harus disediakan oleh perusahaan pada suatu tempat tertentu guna memenuhi kebutuhan produksi atau penjualan barang dagangan”.

Menurut Kholil dkk (2019:49), “Persediaan adalah stok barang/sumber daya yang digunakan dalam organisasi”.

Menurut Sutawidjaya dkk (2019:159), “Persediaan Barang (*inventory*) adalah suatu istilah umum yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya organisasi yang disimpan sebagai antisipasi terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen eksternal ataupun internal perusahaan itu sendiri”.

Menurut Musthafa (2017:49), “Persediaan Barang atau *inventory* merupakan salah satu aktiva lancar yang jumlahnya cukup besar dan selalu berputar secara terus menerus serta mengalami perubahan pada suatu perusahaan, terutama perusahaan industri”.

Menurut Sutrisno (2017:79), “Persediaan adalah sejumlah barang yang dimiliki oleh perusahaan yang tujuannya untuk dijual dan atau diolah kembali”.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa Persediaan Barang adalah semua barang yang dimiliki oleh perusahaan sebagai stok/sumber daya untuk dijual.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Persediaan

Menurut Vikaliana, dkk (2020:3), jenis-jenis Persediaan dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Persediaan bahan mentah (*raw material*)
Persediaan Barang berwujud seperti baja, kayu, dan komponen-komponen lainnya yang digunakan dalam proses produksi.
2. Persediaan komponen-komponen rakitan (*purchased parts/components*)
Persediaan Barang yang terdiri dari komponen-komponen yang diperoleh dari perusahaan lain, dimana secara langsung dapat dirakit menjadi suatu produk.
3. Persediaan bahan pembantu atau penolong (*supplies*)
Persediaan Barang yang diperlukan dalam proses produksi, tetapi tidak merupakan bagian atau komponen barang jadi.
4. Persediaan Barang dalam proses (*work in process*)
Persediaan Barang yang merupakan keluaran dari tiap-tiap bagian dalam proses produksi atau yang telah diolah menjadi suatu bentuk, tetapi masih perlu diproses lebih lanjut menjadi barang jadi

5. Persediaan Barang jadi (*finished goods*)

Persediaan Barang yang telah selesai diproses atau diolah dalam pabrik dan siap untuk dijual atau dikirim kepada langganan.

2.1.3.3 Indikator Persediaan Barang

Menurut Kasmir (2021:260), adapun indikator persediaan yaitu:

1. Jumlah penjualan :
2. Waktu dan segi teknis proses produksi.
3. Daya tahan dan faktor mudahnya rusak barang.
4. Kemudahan pengadaan kembali sediaan.
5. Konsekuensi kehabisan Sediaan suatu barang.
6. Faktor harga beli.

2.1.4 Periklanan

2.1.4.1 Pengertian Periklanan

Menurut Fitriah (2018:12), “Periklanan adalah penggunaan media bauran oleh penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk, jasa ataupun organisasi dan merupakan alat promosi yang kuat”.

Menurut Tjiptono (2019:398), “Periklanan adalah segala bentuk presentasi dan promosi gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor yang teridentifikasi”.

Menurut Malau (2017:85), “Iklan adalah bentuk komunikasi yang diatur sedemikian rupa melalui diseminasi informasi tentang kegunaan, keunggulan atau

keuntungan suatu produk supaya menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian”.

Menurut Sudaryono (2016:182), “Iklan adalah bentuk presentasi dan promosi nonpribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu”.

Menurut Firmansyah (2017:214), “Periklanan adalah komunikasi yang dibayar untuk menyampaikan pesan perusahaan melalui media non personal”.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa Periklanan adalah alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan sebagai media komunikasi untuk mempromosikan produk atau layanan mereka kepada calon pengguna.

2.1.4.2 Fungsi Periklanan

Menurut Fitriah (2018:14), secara umum periklanan mempunyai fungsi komunikasi yang paling penting bagi perusahaan bisnis dan organisasi lainnya, yaitu:

1. *Informing* (memberi informasi)

Membuat konsumen sadar (*aware*) akan merek-merek baru, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.

2. *Persuading* (mempersuasi)

Iklan yang efektif akan mampu mempersuasi (membujuk) pelanggan untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan.

3. *Reminding* (mengingat)

Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Periklanan yang efektif juga meningkatkan minat konsumen terhadap merek yang sudah ada dan pembelian sebuah merek yang mungkin tidak akan dipilihnya.

4. *Adding Value* (memberikan nilai tambah)

Periklanan memberikan nilai tambah pada merek dengan mempengaruhi persepsi konsumen.

2.1.4.3 Indikator Periklanan

Menurut Fitriah (2018:14), Periklanan harus memenuhi 4 kriteria yaitu :

1. *Attention*

Iklan harus mengandung daya tarik.

2. *Interest*

Iklan harus mengandung perhatian dan minat

3. *Desire*

Iklan memunculkan keinginan untuk mencoba memiliki.

4. *Conviction*

Iklan menimbulkan keyakinan terhadap produk.

5. *Action*

Iklan mengarah tindakan untuk membeli.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu seperti pada tabel 2.1 dibawah ini :

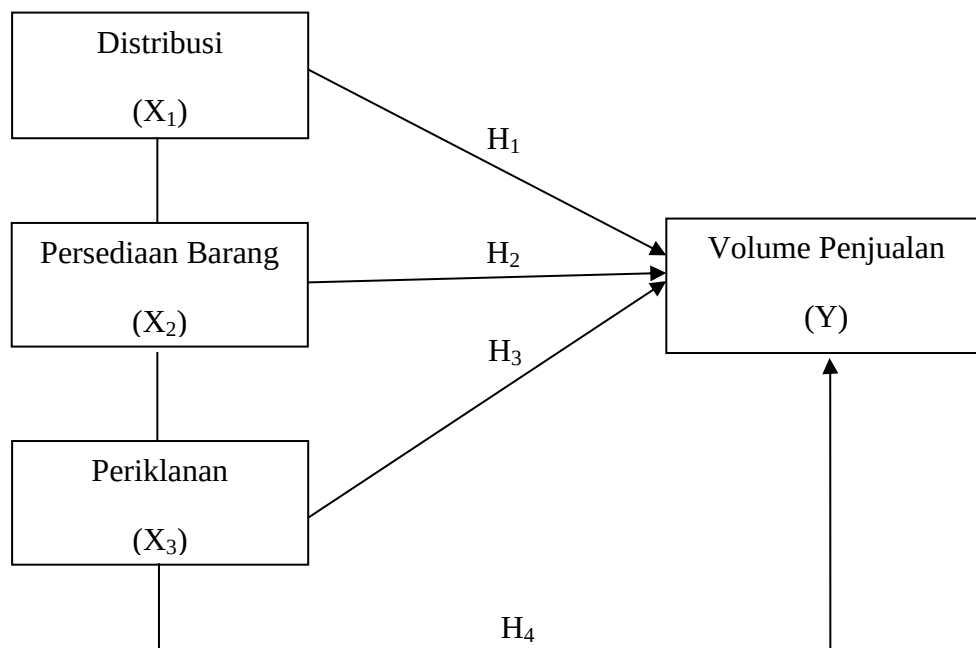
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Keterangan
1.	Anggono Raras, Kiki Sidik Permana (2017) Jurnal Indonesia Membangun, Vol. 16, No. 1. ISSN : 2579-8189 Bandung	Pengaruh <i>Advertising</i> dan <i>Personal Selling</i> Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kendaraan Motor Pada PT Astra Honda Motor Ciwastra	Independen $X_1 = \text{Advertising}$ $X_2 = \text{Personal Selling}$ Dependen $Y = \text{Volume Penjualan}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>Advertising</i> dan <i>Personal Selling</i> berpengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap Volume Penjualan Kendaraan Motor Pada PT Astra Honda Motor Ciwastra
2.	Nurmala Sari, Achyar Eldine, dan Leny Muniroh (2020) Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 3, No. 2 ISSN : 2655-0008 Bogor	Pengaruh Distribusi Dan Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan <i>Dealer</i> Nissan-Datsun Cabang Pajajaran Bogor)	Independen $X_1 = \text{Distribusi}$ $X_2 = \text{Promosi Penjualan}$ Dependen $Y = \text{Volume Penjualan}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Distribusi dan promosi penjualan secara simultan dan parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada <i>Dealer</i> Nissan-Datsun Cabang Pajajaran Bogor
3.	Sudarto Usuli (2011) Jurnal EKOMEN Vol. 12 No. 2 ISSN : 1693- 9131 Sulawesi Tengah	Pengaruh Persediaan terhadap Volume Penjualan Suku Cadang pada CV. Metro Jaya Mandiri Poso	Independen $X_1 = \text{Persediaan}$ Dependen $Y = \text{Volume Penjualan}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persediaan berpengaruh terhadap Volume Penjualan Suku Cadang pada CV. Metro Jaya Mandiri Poso.
4.	Oktafianus (2015) <i>ejournal</i>	Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepeda	Independen $X_1 = \text{Bauran Promosi}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Periklanan mempunyai

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Keterangan
	Administrasi Bisnis Vol. 3 No.3 ISSN : 2355-5408 Samarinda	Motor Honda Pada PT. Fifgroup Cabang Samarinda	Dependen $Y = \text{Volume}$ Penjualan	pengaruh secara parsial dan simultan terhadap Volume Penjualan pada PT. Fifgroup Cabang Samarinda
5.	Nur Wulandari, Suwanto, Slamet Fuadi (2021) Jurnal Ilmu Manajemen Retail Vol. 2 No. 2 ISSN : 2746-1475 Lampung	Pengaruh Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada PT. Tunas Dwipa Matra Tulang Bawang Barat)	Independen $X_1 = \text{Harga}$ $X_2 = \text{Distribusi}$ $X_3 = \text{Promosi}$ Dependen $Y = \text{Volume}$ Penjualan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Distribusi dan Promosi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Volume Penjualan PT. Tunas Dwipa Matra Tulang

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas oleh penulis sebelumnya, maka penulis mengajukan dugaan atau hipotesis, yaitu:

H₁: Terdapat pengaruh Distribusi terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

H₂: Terdapat pengaruh Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

H₃: Terdapat pengaruh Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

H₄: Terdapat pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di PT Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret 2022 sampai dengan April 2022

3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Menurut Wahyudi (2017:12) ada dua jenis data yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Data kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang mengutamakan mutu dan kualitas dari data yang bersangkutan

2. Data kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana data yang digunakan berupa data kuantitatif yang berasal dari jawaban yang akan diberikan oleh responden melalui kuesioner yang akan disebarakan.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Wahyudi (2017:11), terdapat dua jenis data berdasarkan sumbernya yaitu :

1. **Data primer**

Merupakan data yang diambil dari sumbernya, serta belum pernah dipublikasi oleh instansi tertentu. Umumnya dihasilkan dari kegiatan survei lapangan dan dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner, daftar pertanyaan dan lainnya

2. **Data sekunder**

Merupakan data yang telah diolah dan dipublikasi oleh instansi tertentu misalnya data yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia maupun lembaga lainnya

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang secara langsung berhubungan kepada sumber yang memberikan data seperti pembagian kuesioner dan observasi, sedangkan data sekunder seperti penggunaan data penjualan dari objek penelitian ataupun dokumentasi dari buku ataupun jurnal.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor di perusahaan pada tahun 2021 yaitu sebanyak 5.928 konsumen.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Teknik pengambilan sampel penelitian dengan rumus slovin. Menurut Jaya (2019:10) rumus slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Tingkat toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel (10%)

Berdasarkan rumus slovin dapat diketahui jumlah sampel penelitian adalah

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{5.928}{1 + (5.928)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.928}{1 + 59,28}$$

$$n = 98,34 = 98$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 5.928 konsumen dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 konsumen.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
Distribusi (X ₁)	Distribusi merupakan arus fisik barang-barang	1. Lokasi Persediaan Barang dan pergudangan 2. Penanganan Barang (<i>materials handling</i>) 3. Pengendalian Persediaan (<i>inventory control</i>) 4. Pemrosesan pemesanan 5. Pengangkutan	Skala <i>Likert</i>

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
	Sumber : Abdullah (2015:241)	Sumber : Abdullah (2015:242)	
Persediaan Barang (X_2)	Sediaan adalah sejumlah barang yang harus disediakan oleh perusahaan pada suatu tempat tertentu guna memenuhi kebutuhan produksi atau penjualan barang dagangan Sumber : Kasmir (2021:258)	1. Jumlah penjualan 2. Waktu dan segi teknis proses produksi. 3. Daya tahan dan faktor mudahnya rusak barang. 4. Kemudahan pengadaan kembali sediaan. 5. Konsekuensi kehabisan Sediaan suatu barang. 6. Faktor harga beli. Sumber : Kasmir (2021:260)	Skala <i>Likert</i>
Periklanan (X_3)	Periklanan adalah penggunaan media bauran oleh penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk, jasa atau pun organisasi dan merupakan alat promosi yang kuat. Sumber : Fitriah (2018:12)	1. <i>Attention.</i> 2. <i>Interest.</i> 3. <i>Desire.</i> 4. <i>Conviction.</i> 5. <i>Action.</i> Sumber : Fitriah (2018:14)	Skala <i>Likert</i>
Volume Penjualan (Y)	Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan Sumber : Ngalimun, dkk (2019:228)	1. Mencapai Volume Penjualan . 2. Mendapatkan laba. 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan. Sumber: Ngalimun, dkk (2019:230)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2017:142), “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh jawaban hasil kuesioner yang disebarkan kepada konsumen PT Indako Trading Coy. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*).

Menurut Sugiyono (2017:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh lokasi dan media sosial digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu (RR)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Metode kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengutip pendapat dari berbagai sumber seperti buku, internet, skripsi, jurnal, laporan atau dokumen perusahaan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), “Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Kriteria dinyatakan valid adalah sebagai berikut:

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) “Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:161-164), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal”.

Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel yang kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu :

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal distribusi normal.

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik *normal plot* dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi

yang melenceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis normal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

- a. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. $p \geq 0,05$ maka distribusi data normal

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018:107-108) “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dengan melihat :

1. Nilai *Tolerance* dan lawannya
2. *Variance Inflation Factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila :

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137-138), “Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Jika *variance* dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2018:95), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	Volume Penjualan (<i>dependent variable</i>)
X ₁	=	Distribusi (<i>independent variable</i>)
X ₂	=	Persediaan Barang (<i>independent variable</i>)
X ₃	=	Periklanan (<i>independent variable</i>)
α	=	konstanta
β_1	=	koefisien untuk variabel Distribusi
β_2	=	koefisien untuk variabel Persediaan Barang
β_3	=	koefisien untuk variabel Periklanan
e	=	persentase kesalahan (10%)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98-99), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$, Artinya Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
2. $H_a : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$, Artinya Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.9.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut Ghozali (2018:98), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel:

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$, Artinya Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara serempak tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
2. $H_a : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$, Artinya Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara serempak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

3.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.10 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Menurut Ghazali (2018:97), Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Indako Trading Coy didirikan pada tahun 1966 dan berlokasi di jalan Pemuda No 18 D-H Medan. Nama Indako sebenarnya singkatan dari industri dan komersil, bisnis pertamanya adalah bidang otomotif (mobil, sepeda motor dan generator listrik) dan Johnson (mesin *speedboat*) juga *sparepart* dari produk di atas. PT. Indako Trading Coy kemudian bekerja sama dengan Honda (*Japan*) dan Johnson (Singapore). Ketika PT. Astra International ditunjuk sebagai *Sole Distributor* untuk Honda di Indonesia pada tahun 1971, PT Astra International menunjuk PT. Indako Trading Coy sebagai *main dealer* dari sepeda motor Honda untuk daerah Sumatera Utara dan juga sebagai *main dealer sparepart* Honda (*Honda Genuine Parts*) untuk daerah Sumatera Utara dan Aceh. Seiring perkembangan perusahaan saat ini, PT. Indako Trading Coy sudah mempunyai jaringan penjualan Honda sebanyak 102 dealer, 191 bengkel AHASS dan 414 toko *sparepart* yang tersebar dari Sumatera Utara dan Aceh.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.2.1 Visi

Visi perusahaan adalah menjadi *main dealer* sepeda motor Honda yang di kagumi di Indonesia.

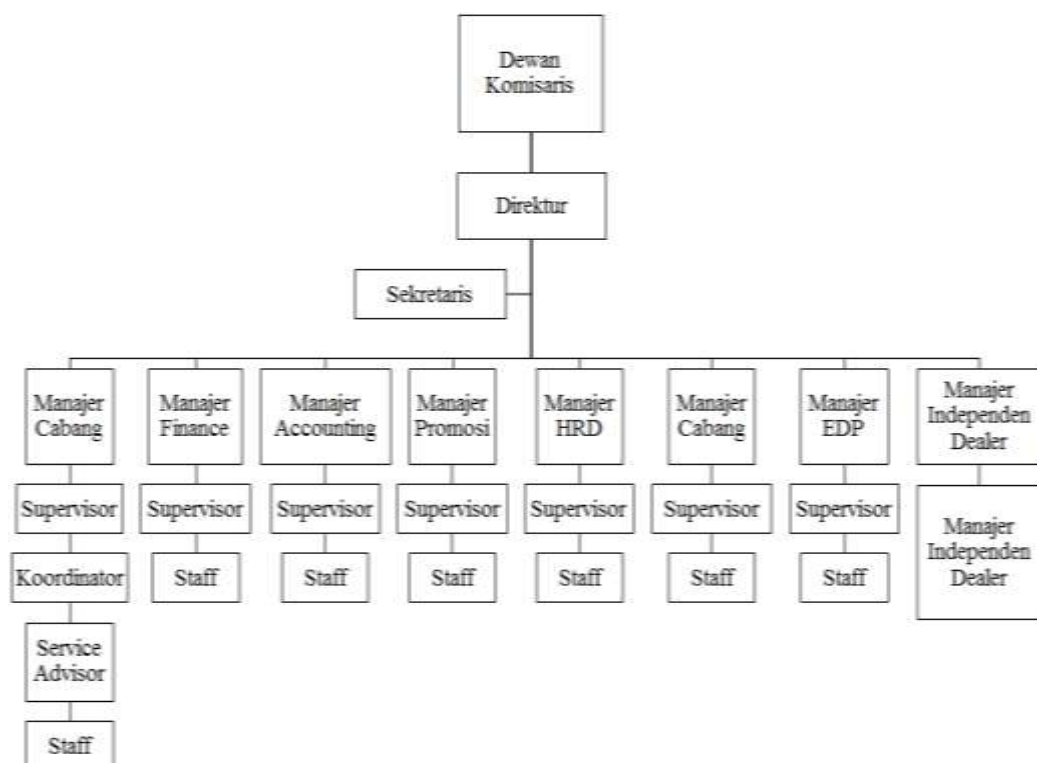
4.1.2.2 Misi

Misi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan nilai lebih bagi para *stakeholders* sepeda motor Honda.
2. Bersikap dinamis dan inovatif dalam bertumbuh sesuai perkembangan zaman.
3. Mengembangkan sikap profesionalisme dan semangat berprestasi yang tinggi.

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Indako Trading Coy yang dapat dilihat pada gambar dibawah sebagai berikut:



Sumber : PT. Indako Traing Coy Medan, 2021

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Perusahaan

Keterangan dari tugas setiap bagian struktur organisasi :

1. Dewan Komisaris

Dewan komisaris sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dalam rapat umum pemegang saham bertugas :

- a. Menentukan kebijaksanaan (*policy*) perusahaan.
- b. Mengawasi kegiatan operasional perusahaan sebagai penasehat perusahaan.
- c. Dewan komisaris bertanggung jawab kepada para pemegang saham (persero).

2. Direktur

Direktur sebagai motor penggerak kegiatan perusahaan bertugas dalam :

- a. Menentukan arah strategi, kebijaksanaan, dan tujuan perusahaan.
- b. Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan.
- c. Mengangkat dan memberhentikan Manajer dan karyawan.
- d. Menandatangani kontrak perjanjian dengan pihak eksternal.
- e. Menentukan kebijakan suku bunga, jangka waktu kredit, potongan penjualan dan kompensasi karyawan serta Manajer.

3. Sekretaris

Sekretaris mempunyai tugas antara lain :

- a. Menyimpan dokumen rahasia/penting perusahaan
- b. Mengatur surat masuk
- c. Menyiapkan surat keluar

- d. Mengatur agenda pertemuan Direktur Perusahaan
- e. Membuat notulen rapat.
- f. Bertanggung jawab langsung kepada Direktur dan tidak mempunyai garis komando maupun tanggung jawab ke bagian lain manapun.

4. Manajer Cabang

Tugas dari seorang Manajer cabang antara lain :

- a. Bertanggung jawab kepada Direktur atas kegiatan operasional perusahaan yang meliputi kegiatan penjualan sepeda motor, perawatan, dan penjualan suku cadang.
- b. Membagikan target penjualan sepeda motor kepada salesman sesuai dengan target yang diberikan oleh Direktur.
- c. Melakukan pemesanan barang ke pusat.
- d. Memberikan laporan penjualan kepada Direktur dan ke pusat.
- e. Membuat program kerja penjualan dan menerapkannya.
- f. Mengadakan pertemuan/rapat dengan staf penjualan.

5. Manajer *Finance*

Tugas seorang manager *finance* adalah sebagai berikut :

- a. Mengatur lalu-lintas keuangan perusahaan, meliputi penerimaan dan pengeluaran uang melalui bank.
- b. Memenuhi kewajiban perusahaan terhadap pihak ketiga.
- c. Bertanggung jawab atas persediaan dana perusahaan sesuai kebutuhan.

6. **Manajer Accounting**

Tugas dari seorang Manajer *accounting* adalah sebagai berikut :

- a. Mengkoordinasi seluruh pencatatan transaksi harta, hutang, dan modal perusahaan ke dalam jurnal, buku besar.
- b. Menyusun laporan kegiatan operasional perusahaan baik bulanan maupun tahunan.
- c. Melakukan pelaporan pajak tahunan perusahaan.

7. **Manajer Promosi**

Tugas seorang Manajer promosi adalah sebagai berikut :

- a. Merencanakan kegiatan promosi yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.
- b. Menetapkan anggaran promosi yang dapat dilaksanakan oleh anggotanya maupun karyawan yang berada dilapangan.
- c. Memberikan pengajuan promosi kepada Direktur dan Manajer keuangan untuk pembahasan mengenai biaya yang akan digunakan.
- d. Melaksanakan kegiatan promosi sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan bersama.
- e. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan promosi baik dari penerbitan iklan maupun kegiatan proosi lainnya.

8. **Manajer HRD (*Human Resources Department*)**

Tugas dari seorang Manajer HRD adalah sebagai berikut :

- a. Memilih calon karyawan dengan cara menyeleksi surat lamaran pekerjaan yang masuk, melakukan interview dan melakukan

percobaan kemampuan yang dimiliki calon karyawan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

- b. Mengurus administrasi ketenagakerjaan, misalnya pengangkatan karyawan tetap, pengaturan promosi dan mutasi karyawan, pemutusan hubungan kerja, absensi, Astek/Jamsostek.
- c. Mengupayakan peningkatan kualitas tenaga kerja dengan cara menyelenggarakan pelatihan khusus dan seminar-seminar.

9. Manajer EDP (*Electronic Data Processing*)

Tugas seorang Manajer EDP adalah sebagai berikut :

- a. Menyiapkan perangkat keras dan lunak komputer semua cabang perusahaan dan kantor pusat sesuai dengan kebutuhan departemen masing-masing.
- b. Memperbaiki kerusakan sistem perangkat lunak maupun perangkat keras komputer yang ada dalam perusahaan.
- c. Melakukan monitor terhadap arus kerja sistem yang digunakan.

10. Manajer *Independent Dealer*

Tugas seorang Manajer *independent dealer* adalah sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab kepada pemilik perusahaan secara langsung atas kegiatan operasional perusahaan yang meliputi kegiatan penjualan sepeda motor, perawatan, dan penjualan suku cadang.
- b. Membagikan target penjualan sepeda motor kepada salesman sesuai dengan target yang diberikan oleh *Main Dealer*.
- c. Melakukan pemesanan barang ke *Main Dealer*.

- d. Memberikan laporan penjualan kepada pemilik dan ke *Main Dealer*.
- e. Mengadakan pertemuan/rapat dengan staf penjualan.

Dalam melaksanakan tugas-tugasnya, setiap Manajer dibantu oleh :

1. Supervisor

Seorang supervisor mempunyai beberapa tugas yaitu diantaranya :

- a. Menyediakan setiap kebutuhan yang diinginkan oleh Manajer baik dalam pemberian laporan maupun kebutuhan operasional lainnya.
- b. Mengantikan Manajer melakukan pengawasan dan mengontrol hasil kerja staff.
- c. Melaksanakan program kerja yang telah ditetapkan oleh Manajer dan bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan staff.
- d. Supervisor juga berhak dan berkewajiban memberikan masukan kepada Manajer mengenai kebutuhan perusahaan.

2. Koordinator

Seorang koordinator mempunyai beberapa tugas yaitu diantaranya :

- a. Membantu supervisor penjualan dalam melakukan pengawasan terhadap staff penjualan di lapangan.
- b. Memberikan masukan mengenai kebutuhan lapangan dan solusi atas masalah yang sedang terjadi di lapangan.
- c. Melakukan *briefing* pagi dengan para staff penjualan agar dapat berjalan sesuai yang telah ditetapkan Manajer.

3. Kepala Bengkel (*Service Advisor*)

Seorang kepala bengkel bertugas sebagai berikut :

- a. Mengawasi segala aktivitas bengkel yang menyangkut pada pelayanan perawatan dan penjualan suku cadang.
- b. Membuat program kerja pada bagian yang dipimpinnya.
- c. Membuat laporan jumlah servis dan penjualan suku cadang secara berkala kepada Manajer cabang maupun ke *Main Dealer*.

4. Staff

Seorang staff mempunyai beberapa tugas yaitu diantaranya :

- a. Melaksanakan setiap tugas yang diberikan oleh Manajer masing-masing dalam mendukung berjalannya kegiatan operasional.
- b. Memberikan laporan mingguan, bulanan dan tahunan yang dibutuhkan oleh Manajer.
- c. Melakukan dokumentasi laporan dan penerimaan surat-surat yang dibutuhkan serta surat-surat yang akan diberikan kepada konsumen seperti BPKB dan STNK.
- d. Mencatat dan memeriksa status data yang sudah masuk serta yang belum agar mempermudah pelaksanaan operasional dan dapat menindaklanjuti kekurangan data yang diperlukan

4.1.4 Karakteristik Responden

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil analisis data berdasarkan usia responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Konsumen	Persentase
>20-30 Tahun	57	58
30-40 Tahun	31	32
> 40 Tahun	10	10
Total	98	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Tabel 4.1. responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di bawah 20-30 tahun sebanyak 57 responden atau 58%, responden dalam penelitian ini adalah yang berusia 30-40 tahun sebanyak 31 responden atau 32% dan responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di atas 40 tahun sebanyak 10 responden atau 10%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia >20-30 tahun.

4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Konsumen	Persentase
Laki-laki	74	76
Perempuan	24	24
Total	98	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Tabel 4.2. responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 74 responden atau 76% dan responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 24 responden atau 24%. Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki.

4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan pendidikan responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir	Jumlah Konsumen	Persentase
SMA	49	50
S1	35	36
Lainnya	14	14
Total	98	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Tabel 4.3. responden dalam penelitian ini adalah yang mempunyai pendidikan SMA sebanyak 49 orang atau 50%, responden dalam penelitian ini adalah yang mempunyai pendidikan S1 sebanyak 35 orang atau 36% dan responden dalam penelitian ini adalah yang mempunyai pendidikan lainnya sebanyak 14 orang atau 14%. Mayoritas responden dalam penelitian ini berpendidikan SMA.

4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2018:21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi yaitu :

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Distribusi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.4.
Hasil Uji Validitas untuk Variabel Distribusi (X_1)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Sepeda motor Honda yang dipesan konsumen datang tepat waktu	0,721	0,361	Valid
2.	Stok barang yang tidak pernah kosong sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.	0,791	0,361	Valid
3.	Adanya uji coba sebelum pengiriman ke lokasi konsumen	0,752	0,361	Valid
4.	Jika ada produk yang cacat pada pemesanan selalu langsung diganti dengan yang baru	0,671	0,361	Valid
5.	Dealer pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362 menjual produk sepeda motor Honda yang lengkap	0,798	0,361	Valid
6.	Sepeda motor Honda selalu tersedia	0,853	0,361	Valid
7.	Saya mendapatkan sepeda motor Honda kurang dari 1-6 bulan	0,691	0,361	Valid
8.	Saya bisa membeli langsung sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362	0,669	0,361	Valid
9.	Pengiriman sepeda motor Honda dilakukan langsung oleh perusahaan ke konsumen	0,682	0,361	Valid
10.	Perusahaan menggunakan sistem transportasi yang aman dalam melakukan pengiriman ke konsumen	0,382	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.4. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Distribusi (X_1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,374). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Distribusi (X_1) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Persediaan Barang dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.5.
Hasil Uji Validitas untuk Persediaan Barang (X_2)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Warna sepeda motor Honda yang lengkap dalam ketersediaan barang	0,692	0,361	Valid
2.	Pemesanan pembelian barang diberi nomor urut cetak sehingga dapat terkendali dengan baik	0,842	0,361	Valid
3.	Adanya dokumen yang lengkap sehingga dapat membantu konsumen dengan memberikan layanan yang cepat	0,885	0,361	Valid
4.	Waktu <i>indent</i> yang tidak terlalu lama untuk jenis sepeda motor honda baru	0,798	0,361	Valid
5.	Persediaan tercegah dari kerusakan, kebakaran, banjir dan resiko lainnya sehingga konsumen merasakan keamanan dalam pembelian	0,834	0,361	Valid
6.	Sistem pengendalian yang tepat sehingga memudahkan pembelian	0,805	0,361	Valid
7.	Ketersediaan stock terkomputerisasi dapat memberikan kepuasan informasi bagi konsumen	0,845	0,361	Valid
8.	Selalu <i>up to date</i> sehingga dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh konsumen	0,881	0,361	Valid
9.	Adanya pemberian informasi kepada konsumen jika keterlambatan pembelian sepeda motor honda	0,842	0,361	Valid
10.	Adanya pengembalian uang muka konsumen jika persediaan barang yang sangat lama tersedia di dealer	0,672	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.5. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Persediaan Barang (X_2) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,374). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Persediaan Barang (X_2) dinyatakan valid.

Tabel 4.6.
Hasil Uji Validitas untuk Periklanan (X_3)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Iklan sepeda motor honda memiliki daya tarik yang unik, baik gaya bahasa yang digunakan, bintang iklan, maupun cara menyampaikan pesan	0,805	0,361	Valid
2.	Pesan iklan sepeda motor honda mudah dipahami karena alurnya jelas.	0,764	0,361	Valid
3.	Iklan yang dilakukan sepeda motor honda sangat menarik perhatian konsumen	0,729	0,361	Valid

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
4.	Iklan sepeda motor honda sering saya temukan dengan mudah di berbagai media.	0,716	0,361	Valid
5.	Penampilan iklan sepeda motor honda sangat menarik sehingga saya tertarik untuk membelinya.	0,878	0,361	Valid
6.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih yakin akan berbagai keunggulan sepeda motor Honda dibandingkan merek lainnya	0,883	0,361	Valid
7.	Saya membeli sepeda motor honda di sebabkan iklan yang dilakukan.	0,615	0,361	Valid
8.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih memahami inovasi produk yang dilakukan Yamaha	0,618	0,361	Valid
9.	Sepeda motor honda menayangkan iklannya melalui berbagai media	0,787	0,361	Valid
10.	Iklan sepeda motor honda yang dirancang dapat mendorong saya melakukan pembelian	0,877	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.6. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Periklanan (X_3) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,374). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Periklanan (X_3) dinyatakan valid.

Tabel 4.7.
Hasil Uji Validitas untuk Variabel Volume Penjualan (Y)

No	Pernyataan	r _{hitung}	Sig	Keterangan
1.	Program promosi yang dilakukan dapat meningkatkan volume penjualan	0,655	0,361	Valid
2.	Kelengkapan sepeda motor Honda sesuai dengan keinginan konsumen	0,778	0,361	Valid
3.	Syarat pembelian yang tidak rumit sehingga dapat meningkatkan penjualan	0,894	0,361	Valid
4.	Sistem kredit yang dibantu oleh pihak perusahaan	0,818	0,361	Valid
5.	Adanya sistem pengukuran kepuasan konsumen sehingga dapat mendorong pertumbuhan perusahaan	0,818	0,361	Valid
6.	Sepeda motor Honda masuk referensi karena kualitas dan fungsi sesuai dengan kebutuhan konsumen	0,811	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.7. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel

Volume Penjualan (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,374). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Volume Penjualan (Y) dinyatakan valid.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

. Berikut hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu :

Tabel 4.8.
Uji Reliabilitas Variabel Distribusi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	10

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.8. Hasil di atas menunjukkan variabel Distribusi memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 bahwa variabel Distribusi dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4.9.
Uji Reliabilitas Variabel Persediaan Barang

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.939	10

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.9. Hasil di atas menunjukkan variabel Persediaan Barang memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 bahwa variabel Persediaan Barang dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4.10.
Uji Realibilitas Variabel Periklanan

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.922	10

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.10. Hasil di atas menunjukkan variabel memiliki periklanan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 bahwa variabel periklanan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4.11.
Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.884	6

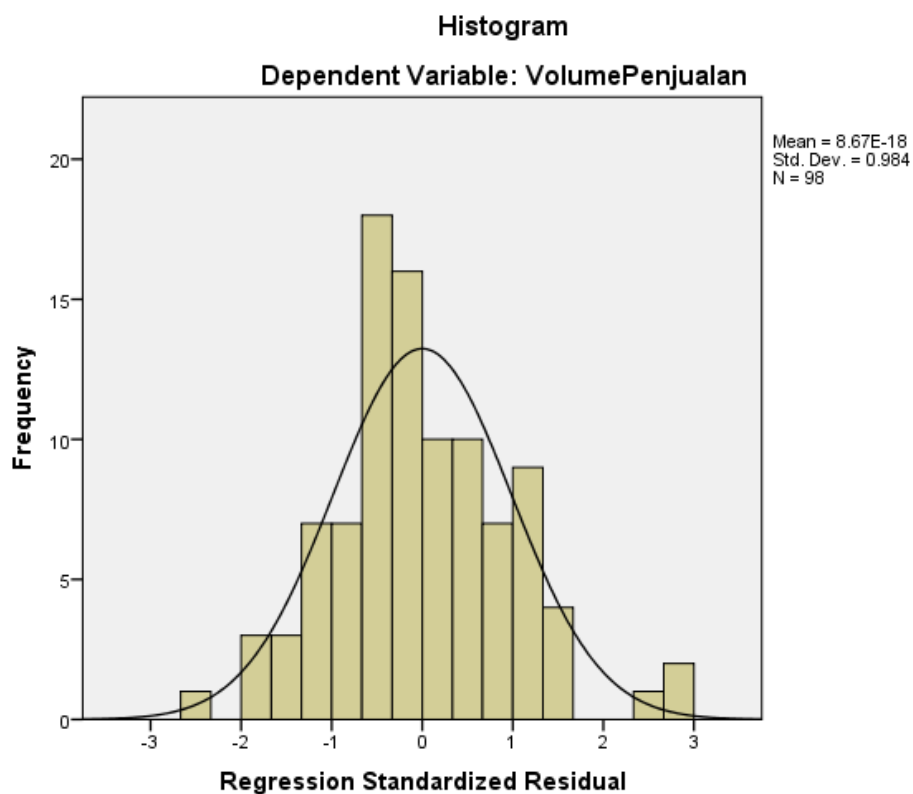
Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.11. Hasil di atas menunjukkan variabel Volume Penjualan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 bahwa variabel Volume Penjualan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

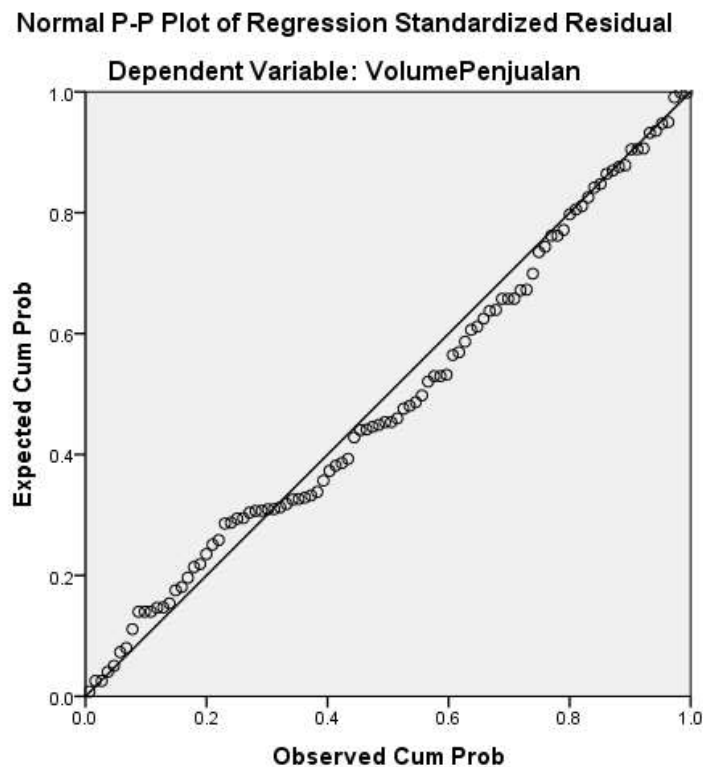
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Uji normalitas diuji dengan menggunakan analisis grafik. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan normal P Plot.



Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Gambar 4.2
Uji Normalitas Histogram

Gambar 4.2. menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Gambar 4.3.
Uji Normal P-P Plot

Gambar 4.3. Grafik *Normalitas P-P Plot*, terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan data menyebar sebagian besar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi tidak normal.

Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.13.berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.44292454
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.058
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Tabel 4.12. menunjukkan nilai signifikan $0,200 > 0,05$. Dengan demikian dari hasil tersebut menunjukkan data berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolonieritas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolonieritas adalah dengan cara mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah Nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF $\geq$. Uji Hasil perhitungan multikolonieritas dapat dilihat pada Tabel 4.14.berikut ini :

Tabel 4.13
Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

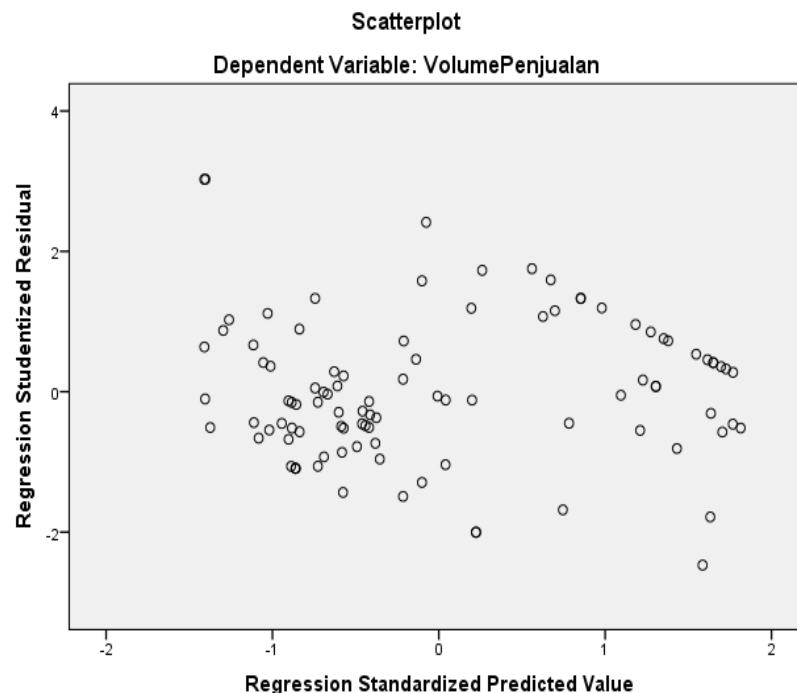
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Distribusi	.472	2.120
	PersediaanBarang	.652	1.535
	Periklanan	.603	1.659

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.13. menunjukkan masing-masing variabel bebas Distribusi sebesar $0,472 > 0,01$, variabel bebas Persediaan Barang sebesar $0,652 > 0,01$ dan variabel bebas Periklanan sebesar $0,603 > 0,01$, sedangkan nilai VIF variabel bebas Distribusi sebesar $2,120 < 10$, Persediaan Barang sebesar $1,535 < 10$ dan Periklanan sebesar $1,659 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini.

4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar 4.4.berikut ini:



Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Gambar 4.4.
Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.4. menunjukkan data menyebar dengan pola yang tidak jelas baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018:95), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Volume Penjualan (*dependent variable*)
 X_1 = Distribusi (*independent variable*)

X_2 = Persediaan Barang (*independent variable*)
 X_3 = Periklanan (*independent variable*)
 α = konstanta
 β_1 = koefisien untuk variabel Distribusi
 β_2 = koefisien untuk variabel Persediaan Barang
 β_3 = koefisien untuk variabel Periklanan
 Berikut hasil pengujian analisis regresi linear berganda yaitu :

Tabel 4.14
Hasil Analisis regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.111	1.782	
	Distribusi	.148	.065	.224
	PersediaanBarang	.138	.056	.205
	Periklanan	.287	.054	.465

a. Dependent Variable: VolumePenjualan
 Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

$$\text{Volume Penjualan} = 0,111 + 0,148 \text{ Distribusi} + 0,138 \text{ Persediaan Barang} + 0,287 \text{ Periklanan} + e$$

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah :

1. Konstanta sebesar 0,111
 Apabila Distribusi, Persediaan Barang dan Periklanan tidak mengalami peningkatan atau konstanta maka Volume Penjualan sebesar 0,111 satuan.
2. Koefisien regresi untuk Distribusi sebesar 0,148
 Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Distribusi maka Volume Penjualan sebesar 0,148 satuan dengan anggapan variabel Persediaan Barang dan Periklanan tetap.
3. Koefisien regresi untuk Persediaan Barang sebesar 0,138
 Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Persediaan

Barang maka Volume Penjualan sebesar 0,138 satuan dengan anggapan variabel Distribusi dan Periklanan tetap.

4. Koefisien regresi untuk Periklanan sebesar 0,287

Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Periklanan maka Volume Penjualan sebesar 0,287 satuan dengan anggapan variabel Distribusi dan Persediaan Barang tetap.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98-99), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dengan ketentuan:

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$, Artinya Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
2. $H_a : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$, Artinya Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	.063	.950
Distribusi	2.278	.025
PersediaanBarang	2.454	.016
Periklanan	5.353	.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.15. menunjukkan nilai t_{tabel} untuk signifikan 0,05 pada derajat bebas $df=n-2 = 98-2=96$ adalah sebesar 1,984. Hasil dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (2,278) > t_{tabel} (1,984) dan nilai signifikan sebesar $0,025 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Distribusi secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
2. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (2,454) > t_{tabel} (1,984) dan nilai signifikan sebesar $0,016 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Persediaan Barang secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
3. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (5,353) > t_{tabel} (1,984) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Periklanan secara parsial berpengaruh terhadap

Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy
Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

4.1.7.2 Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali (2018:98), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$, Artinya Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara serempak tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan
2. $H_a : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$, Artinya Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara serempak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

Berikut Tabel hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu :

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		F	Sig.
1	Regression	41.800	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: VolumePenjualan

b. Predictors: (Constant), Periklanan, PersediaanBarang, SaluranDistribusi

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Tabel 4.16. menunjukkan bahwa nilai F_{tabel} pada taraf kepercayaan signifikansi 0,05 pada $df_1 = 3$ dan $df_2 = 95$ adalah 2,70. Hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} (41,800) > F_{\text{tabel}} (2,70)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara serempak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.17. di bawah ini :

Tabel 4.17.
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.572	.558	5.52910

a. Predictors: (Constant), Periklanan, PersediaanBarang, Distribusi

b. Dependent Variable: VolumePenjualan

Sumber: Hasil Penelitian. 2022 (data diolah)

Tabel 4.17. menunjukkan bahwa *adjusted R Square* adalah sebesar 0.558 berarti Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan dapat menjelaskan Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan sebesar 55,8% dan sisanya 44,2% ($100-55,8=44,2$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti promosi penjualan, personal selling, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Distribusi terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh Distribusi secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan diperoleh nilai $t_{hitung} (2,278) > t_{tabel} (1,984)$ dan nilai signifikan sebesar $0,025 < 0,05$.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmala Sari, Achyar Eldine, dan Leny muniroh (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Distribusi Dan Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan *Dealer* Nissan-Datsun Cabang Pajajaran Bogor). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Distribusi dan promosi penjualan secara simultan dan parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada *Dealer* Nissan-Datsun Cabang Pajajaran Bogor.

Distribusi unit sepeda motor dari PT Indako Trading Coy selaku *main*

dealer kepada PT Indako Trading Coy III dari tahun ke tahun juga mengalami kenaikan dan penurunan. Kenaikan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 11,63%. Sedangkan penurunan Distribusi unit yang paling signifikan terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 36,21%. Distribusi produk yang dilakukan oleh perusahaan bergantung pada jumlah produk yang diberikan oleh *supplier*, dalam hal ini adalah Astra Honda Motor.

4.2.2 Pengaruh Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial bahwa Persediaan Barang, secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan diperoleh nilai $t_{hitung} (2,454) > t_{tabel} (1,984)$ dan nilai signifikan sebesar $0,016 < 0,05$.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarto Usuli (2011) dengan judul penelitian Pengaruh Persediaan terhadap Volume Penjualan Suku Cadang pada CV. Metro Jaya Mandiri Poso. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persediaan berpengaruh terhadap Volume Penjualan Suku Cadang pada CV. Metro Jaya Mandiri Poso.

Jumlah produk yang didistribusikan ke perusahaan mengalami perubahan beberapa kali dalam satu bulan. Apabila jumlah Distribusi produk yang diberikan tidak sesuai dengan permintaan yang diajukan oleh perusahaan, maka akan mempengaruhi Persediaan Barang yang dimiliki oleh perusahaan. Kurangnya

Distribusi produk dari Astra Honda Motor akan produk yang memiliki jumlah permintaan yang tinggi mengakibatkan banyak *indent* konsumen *dealer* yang tidak terpenuhi.

4.2.3 Pengaruh Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial bahwa Periklanan secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan yang terlihat dari nilai $t_{hitung} (5,353) > t_{tabel} (1,984)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggono Raras, Kiki Sidik Permana (2017) dengan judul penelitian Pengaruh *Advertising* dan *Personal Selling* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kendaraan Motor Pada PT Astra Honda Motor Ciwastra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Periklanan mempunyai pengaruh yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Kalbe Nutrisionals Makassar.

Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sendiri sangatlah minim yaitu hanya pada saat ada pameran yang diadakan, dimana pada masa pandemi ini pameran sudah jarang dilakukan. Mayoritas Iklan Honda di Sumatera Utara hanya dibuat oleh *main dealer*. Iklan dari PT Indako Trading Coy III sendiri sangat sedikit seperti pembuatan brosur untuk dibagikan kepada konsumen,

pencetakan kalender tahun baru. sehingga apabila intensitas Iklan dari *main dealer* berkurang atau lebih sedikit di suatu waktu maka akan berpengaruh kepada seluruh *dealer* termasuk juga ke Volume Penjualan setiap *dealer*.

4.2.4 Pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan

Hasil perhitungan diperoleh secara simultan bahwa Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara serempak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan nilai $F_{hitung} (41,800) > F_{tabel} (2,70)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarto Usuli (2011), Oktafianus (2015) dan Nur Wulandari, Suwanto, Slamet Fuadi (2021 menunjukkan bahwa Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara serempak berpengaruh terhadap Volume Penjualan.

Penjualan sepeda motor di Sumatera Utara juga mengalami peningkatan serta penurunan Volume Penjualan. Kenaikan Volume Penjualan paling signifikan terjadi pada tahun 2018. Penyebab penuruna volume penjualan adalah distribusi unit dari Astra Honda Motor ke PT Indako Trading Coy selaku *Main Dealer* sepeda motor Honda di Sumatera Utara tidak selalu sesuai dengan ekspektasi. Persediaan Barang untuk unit yang *high demand* tidak selalu tersedia dikarenakan

jumlah rencana distribusi dari Astra Honda Motor terus berubah serta iklan yang dibuat oleh perusahaan sendiri selaku *dealer* sangat sedikit.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis regresi linear berganda adalah $\text{Volume Penjualan} = 0,111 + 0,148 \text{ Distribusi} + 0,138 \text{ Persediaan Barang} + 0,287 \text{ Periklanan} + e$. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan terhadap Volume Penjualan yang ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan sebesar satu-satuan maka Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan
2. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial memperoleh Distribusi secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
3. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial memperoleh Persediaan Barang secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
4. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial memperoleh Periklanan secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

5. Hasil perhitungan diperoleh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan secara serempak berpengaruh terhadap Volume Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.
6. Untuk koefisien determinasi sebesar 55.8% yang berarti Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan menjelaskan keterkaitan dengan volume penjualan sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. PT. Indako Trading Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan harus lebih memperhatikan terkait dengan distribusi dalam meningkatkan volume penjualan, dengan cara sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan kesediaan stok sepeda motor di *showroom* sehingga apabila konsumen ingin melakukan pembelian dapat melihat secara langsung.
 - b. Memberikan sistem transportasi yang aman kepada konsumen dalam proses pengantaran sepeda motor ke lokasi konsumen dengan memastikan tidak adanya noda ataupun unit yang tergores yang dapat menimbulkan keluhan konsumen.

2. PT. Indako Trading Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan harus lebih memperhatikan terkait dengan Persediaan Barang dalam meningkatkan Volume Penjualan, dengan cara sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan penyediaan dokumen yang lengkap sehingga dapat membantu kemudahan konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat yang terkait dengan surat-surat yang dibutuhkan perusahaan dalam rangka pengajuan kredit maupun pembelian secara *cash*.
 - b. Memberikan informasi kepada konsumen apabila persediaan barang yang terlalu lama bahkan memberikan penawaran dalam pengembalian uang muka konsumen yang telah diterima oleh perusahaan kepada konsumen.
3. PT. Indako Trading Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan harus lebih memperhatikan terkait dengan Periklanan dalam meningkatkan Volume Penjualan, dengan cara sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan iklan sepeda motor Honda yang menjelaskan keunggulan sepeda motor honda sehingga dapat memicu dan mendorong pembelian konsumen.
 - b. Meningkatkan serta merancang iklan yang mempunyai daya tarik yang menarik terhadap sepeda motor honda agar dapat meningkatkan penjualan.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran akademis yang dapat diberikan adalah:

1. Manambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan Volume Penjualan selain dari Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan, misalnya promosi penjualan, personal selling, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

2. Perluasan Geografis.

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362, Medan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas area penelitian yaitu pada seluruh PT. Indako Trading Coy yang ada di Medan sehingga lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.

Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.

Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.

ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.

Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.

Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.

Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.

Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.

Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.

Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.

Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.

Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.

Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.

Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.

Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43

Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.

Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.

Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.

Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.

Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).

Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.

Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.

Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.

Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.

Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.

Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.

Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.

Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap

Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.

Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.

Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.

Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.

Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.

Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.

Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.

Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.

Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.

Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.

Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.

Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.

Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN BARANG, DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT INDAKO TRADING COY JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362, MEDAN”**. Untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (√) untuk jawaban pilihan Bapak/ Ibu.

No. Responden :
Nama Konsumen :
Usia : ☐ < 20-30 tahun ☐ 31-40 tahun
☐ > 40 tahun

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Tingkat Pendidikan : ☐ SMA ☐ Lainnya
☐ S1

II. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan dengan *check list* (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
RR = Ragu-ragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Distribusi (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Lokasi Persediaan Barang dan pergudangan						
1.	Sepeda motor Honda yang dipesan konsumen datang tepat waktu					
2.	Stok barang yang tidak pernah kosong sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.					
Penanganan Barang (<i>materials handling</i>)						
3.	Adanya uji coba sebelum pengiriman ke lokasi konsumen					
4.	Jika ada produk yang cacat pada pemesanan selalu langsung diganti dengan yang baru					
Pengendalian Persediaan (<i>inventory control</i>)						
5.	Dealer pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362 menjual produk sepeda motor Honda yang lengkap					
6.	Sepeda motor Honda selalu tersedia					
Pemrosesan pemesanan						
7.	Saya mendapatkan sepeda motor Honda kurang dari 1-6 bulan					
8.	Saya bisa membeli langsung sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362					
Pengangkutan						
9.	Pengiriman sepeda motor Honda dilakukan langsung oleh perusahaan ke konsumen					
10.	Perusahaan menggunakan sistem transportasi yang aman dalam melakukan pengiriman ke konsumen					

Persediaan Barang (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Jumlah penjualan						
1.	Warna sepeda motor Honda yang lengkap dalam ketersediaan barang					
2.	Pemesanan pembelian barang diberi nomor urut cetak sehingga dapat terkendali dengan baik					
Waktu dan segi teknis proses produksi						
3.	Adanya dokumen yang lengkap sehingga dapat membantu konsumen dengan memberikan layanan yang cepat					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
4.	Waktu <i>indent</i> yang tidak terlalu lama untuk jenis sepeda motor honda baru					
Daya tahan dan faktor mudahnya rusak barang						
5.	Persediaan tercegah dari kerusakan, kebakaran, banjir dan resiko lainnya sehingga konsumen merasakan keamanan dalam pembelian					
6.	Sistem pengendalian yang tepat sehingga memudahkan pembelian					
Kemudahan pengadaan kembali sediaan						
7.	Ketersediaan stock terkomputerisasi dapat memberikan kepuasan informasi bagi konsumen					
8.	Selalu <i>up to date</i> sehingga dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh konsumen					
Konsekuensi kehabisan sediaan suatu barang						
9.	Adanya pemberian informasi kepada konsumen jika keterlambatan pembelian sepeda motor honda					
10.	Adanya pengembalian uang muka konsumen jika persediaan barang yang sangat lama tersedia di dealer					

Iklan (X₃)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
<i>Attention</i>						
1.	Iklan sepeda motor honda memiliki daya tarik yang unik, baik gaya bahasa yang digunakan, bintang iklan, maupun cara menyampaikan pesan					
2.	Pesan iklan sepeda motor honda mudah dipahami karena alurnya jelas.					
<i>Interest</i>						
3.	Iklan yang dilakukan sepeda motor honda sangat menarik perhatian konsumen					
4.	Iklan sepeda motor honda sering saya temukan dengan mudah di berbagai media.					
<i>Desire</i>						
5.	Penampilan iklan sepeda motor honda sangat menarik sehingga saya tertarik untuk membelinya.					
6.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih yakin akan berbagai keunggulan sepeda motor Honda dibandingkan merek lainnya					
<i>Conviction</i>						
7.	Saya membeli sepeda motor honda di sebabkan					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	iklan yang dilakukan.					
8.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih memahami inovasi produk yang dilakukan Yamaha					
<i>Action</i>						
9.	Sepeda motor honda menayangkan iklannya melalui berbagai media					
10.	Iklan sepeda motor honda yang dirancang dapat mendorong saya melakukan pembelian					

Volume Penjualan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Mencapai Volume Penjualan						
1.	Program promosi yang dilakukan dapat meningkatkan volume penjualan					
2.	Kelengkapan sepeda motor Honda sesuai dengan keinginan konsumen					
Mendapatkan laba						
3.	Syarat pembelian yang tidak rumit sehingga dapat meningkatkan penjualan					
4.	Sistem kredit yang dibantu oleh pihak perusahaan					
Menunjang pertumbuhan perusahaan						
5.	Adanya sistem pengukuran kepuasan konsumen sehingga dapat mendorong pertumbuhan perusahaan					
6.	Sepeda motor Honda masuk referensi karena kualitas dan fungsi sesuai dengan kebutuhan konsumen					

Lampiran 2 : Tabulasi Kuesioner

Tabulasi Kuesioner untuk Variabel Distribusi

No.	Distribusi										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	41
3	1	2	1	1	1	1	2	1	4	1	15
4	3	2	5	4	2	1	1	1	3	1	23
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	46
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	46
7	1	2	5	5	3	3	1	5	2	2	29
8	1	3	3	3	1	1	1	5	2	1	21
9	1	2	2	4	2	2	1	5	1	1	21
10	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	12
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
12	1	2	2	2	2	2	3	3	2	1	20
13	4	4	4	2	5	4	3	3	3	3	35
14	4	4	2	1	3	2	3	3	3	4	29
15	3	2	3	2	5	4	3	3	3	3	31
16	3	5	2	2	1	3	3	2	2	1	24
17	4	2	1	1	1	2	3	4	2	2	22
18	2	1	2	2	1	3	3	3	3	3	23
19	4	3	4	1	2	3	2	2	2	3	26
20	2	1	1	3	2	3	2	2	2	2	20
21	4	2	1	3	2	2	2	2	2	2	22
22	1	2	1	1	1	1	3	2	3	4	19
23	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	15
24	5	1	1	3	1	1	4	4	4	1	25
25	4	3	1	1	1	1	4	5	4	3	27
26	3	3	3	3	4	2	2	2	1	2	25
27	1	2	2	2	2	3	4	4	2	3	25
28	3	3	3	3	3	3	2	4	1	3	28
29	3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	27
30	2	2	2	3	2	2	1	4	4	4	26

Tabulasi Kuesioner untuk Variabel Persediaan Barang

No.	Persediaan Barang										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	3	4	3	5	3	5	5	5	2	40
2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
3	5	5	5	4	5	5	5	5	3	1	43
4	1	2	4	4	2	5	5	5	1	1	30
5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	26
6	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	16
7	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	13
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	25
11	3	3	3	3	3	3	4	5	4	1	32
12	1	2	2	2	1	1	2	1	2	3	17
13	4	4	4	2	1	4	3	3	2	2	29
14	1	2	2	1	3	2	3	3	3	2	22
15	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	15
16	3	2	2	2	1	3	3	2	1	2	21
17	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	18
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
19	4	3	1	1	2	3	2	2	2	1	21
20	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	24
21	1	2	2	3	2	2	2	3	1	1	19
22	1	2	2	2	3	4	4	3	2	2	25
23	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	19
24	5	1	1	3	1	1	2	2	3	1	20
25	4	3	1	1	1	1	4	2	2	1	20
26	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	22
27	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	20
28	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	24
29	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	19
30	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	18

Tabulasi Kuesioner untuk Variabel Periklanan

No.	Periklanan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
2	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	34
3	1	2	1	5	1	1	2	2	1	1	17
4	3	3	2	2	2	2	4	3	3	4	28
5	3	5	4	2	4	3	5	5	2	3	36
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	44
9	1	2	2	2	2	2	1	2	3	1	18
10	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	15
11	4	3	4	2	1	1	1	1	1	1	19
12	4	2	2	1	1	1	2	1	1	1	16
13	3	2	2	1	2	1	5	4	2	3	25
14	3	5	2	2	5	4	5	5	1	1	33
15	4	2	5	5	5	5	1	1	5	5	38
16	4	5	4	1	1	1	2	3	1	1	23
17	4	3	4	1	2	3	1	3	4	4	29
18	2	3	5	3	1	3	2	1	2	2	24
19	3	2	3	1	2	1	1	2	1	1	17
20	2	2	2	2	1	2	3	3	2	1	20
21	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	23
22	1	2	2	2	2	3	1	1	2	1	17
23	1	3	3	3	1	1	2	2	1	1	18
24	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	15
25	1	1	2	1	2	1	1	1	3	1	14
26	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	13
27	1	1	2	2	1	2	1	1	3	2	16
28	1	4	4	2	1	1	1	1	1	1	17
29	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	12
30	3	2	2	2	1	2	5	5	2	3	27

Tabulasi Kuesioner untuk Variabel Volume Penjualan

No.	Volume Penjualan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	3	5	5	25
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	3	2	3	23
4	3	2	3	4	4	4	20
5	2	2	2	2	5	5	18
6	5	4	4	4	3	3	23
7	5	5	5	4	3	3	25
8	5	3	3	3	1	1	16
9	1	2	2	4	2	2	13
10	5	5	5	5	5	5	30
11	1	1	3	2	1	2	10
12	1	1	2	2	1	1	8
13	4	4	4	2	1	1	16
14	4	4	2	1	1	1	13
15	3	2	2	2	1	1	11
16	3	5	2	2	1	1	14
17	4	2	1	1	1	2	11
18	4	5	5	4	3	3	24
19	4	3	4	1	2	3	17
20	2	1	1	3	2	3	12
21	2	2	1	1	1	1	8
22	2	2	1	1	1	1	8
23	2	1	1	1	2	1	8
24	5	1	1	3	1	1	12
25	4	3	1	1	1	1	11
26	3	3	3	3	4	4	20
27	1	2	2	2	2	3	12
28	3	3	1	1	1	1	10
29	3	1	1	1	1	1	8
30	2	2	1	1	1	1	8

Lampiran 3 : Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Hasil Pengujian Validitas untuk Variabel Distribusi

		Correlations										Distribusi
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	
VAR00001	Pearson Correlation	1	.598**	.215	-.030	.326	.513**	.242	.196	.415*	.031	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000	.253	.876	.079	.004	.199	.300	.022	.871	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.598**	1	.066	.127	.300	.108	.437*	.214	.110	.291	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000		.730	.503	.107	.569	.016	.255	.562	.119	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.215	.066	1	.496**	.153	.292	.111	.381*	-.076	.374*	.576**
	Sig. (2-tailed)	.253	.730		.005	.419	.117	.558	.038	.690	.042	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	-.030	.127	.496**	1	.137	-.052	.000	.103	.016	.254	.412*
	Sig. (2-tailed)	.876	.503	.005		.469	.784	1.000	.590	.934	.176	.024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	.326	.300	.153	.137	1	.207	.337	.316	.126	.256	.585**
	Sig. (2-tailed)	.079	.107	.419	.469		.273	.069	.089	.508	.173	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006	Pearson Correlation	.513**	.108	.292	-.052	.207	1	.038	-.057	.150	-.020	.387*
	Sig. (2-tailed)	.004	.569	.117	.784	.273		.842	.763	.430	.915	.035
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00007	Pearson Correlation	.242	.437*	.111	.000	.337	.038	1	.371*	.078	.257	.536**
	Sig. (2-tailed)	.199	.016	.558	1.000	.069	.842		.043	.681	.171	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00008	Pearson Correlation	.196	.214	.381*	.103	.316	-.057	.371*	1	.134	.385*	.580**
	Sig. (2-tailed)	.300	.255	.038	.590	.089	.763	.043		.480	.036	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00009	Pearson Correlation	.415*	.110	-.076	.016	.126	.150	.078	.134	1	.256	.401*
	Sig. (2-tailed)	.022	.562	.690	.934	.508	.430	.681	.480		.171	.028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00010	Pearson Correlation	.031	.291	.374*	.254	.256	-.020	.257	.385*	.256	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.871	.119	.042	.176	.173	.915	.171	.036	.171		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Distribusi	Pearson Correlation	.640**	.609**	.576**	.412*	.585**	.387*	.536**	.580**	.401*	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.024	.001	.035	.002	.001	.028	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Pengujian Validitas untuk Variabel Persediaan Barang

		Correlations										Persediaan Barang
		VAR0 0012	VAR0 0013	VAR0 0014	VAR0 0015	VAR0 0016	VAR0 0017	VAR0 0018	VAR0 0019	VAR0 0020	VAR0 0021	
VAR00 012	Pearson Correlation	1	.378*	.444*	.404*	.361	.287	.488**	.378*	.424*	.502**	.551**
	Sig. (2-tailed)		.039	.014	.027	.050	.124	.006	.039	.020	.005	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 013	Pearson Correlation	.378*	1	.639**	.523**	.638**	.649**	.422*	.474**	.350	.588**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.039		.000	.003	.000	.000	.020	.008	.058	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 014	Pearson Correlation	.444*	.639**	1	.763**	.769**	.781**	.439*	.242	.506**	.480**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000		.000	.000	.000	.015	.197	.004	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 015	Pearson Correlation	.404*	.523**	.763**	1	.761**	.728**	.632**	.339	.618**	.455*	.652**
	Sig. (2-tailed)	.027	.003	.000		.000	.000	.000	.067	.000	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 016	Pearson Correlation	.361	.638**	.769**	.761**	1	.918**	.526**	.342	.365*	.435*	.604**
	Sig. (2-tailed)	.050	.000	.000	.000		.000	.003	.065	.047	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 017	Pearson Correlation	.287	.649**	.781**	.728**	.918**	1	.525**	.259	.358	.460*	.636**
	Sig. (2-tailed)	.124	.000	.000	.000	.000		.003	.166	.052	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 018	Pearson Correlation	.488**	.422*	.439*	.632**	.526**	.525**	1	.468**	.467**	.429*	.655**
	Sig. (2-tailed)	.006	.020	.015	.000	.003	.003		.009	.009	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 019	Pearson Correlation	.378*	.474**	.242	.339	.342	.259	.468**	1	.423*	.479**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.039	.008	.197	.067	.065	.166	.009		.020	.007	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 020	Pearson Correlation	.424*	.350	.506**	.618**	.365*	.358	.467**	.423*	1	.440*	.589**
	Sig. (2-tailed)	.020	.058	.004	.000	.047	.052	.009	.020		.015	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00 021	Pearson Correlation	.502**	.588**	.480**	.455*	.435*	.460*	.429*	.479**	.440*	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.007	.011	.016	.010	.018	.007	.015		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Persediaan Barang	Pearson Correlation	.551**	.727**	.699**	.652**	.604**	.636**	.655**	.563**	.589**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Pengujian Validitas untuk Variabel Periklanan

		Correlations										Perikla nan
		VAR00 023	VAR00 024	VAR00 025	VAR00 026	VAR00 027	VAR00 028	VAR00 029	VAR00 030	VAR00 031	VAR00 032	
VAR 0002 3	Pearson Correlation	1	.597**	.410*	.407*	.384*	.308	.521**	.437*	.612**	.322	.659**
	Sig. (2-tailed)		.000	.025	.026	.036	.098	.003	.016	.000	.082	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0002 4	Pearson Correlation	.597**	1	.763**	.454*	.545**	.561**	.565**	.552**	.527**	.403*	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.012	.002	.001	.001	.002	.003	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0002 5	Pearson Correlation	.410*	.763**	1	.694**	.645**	.713**	.635**	.704**	.499**	.362*	.825**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.005	.049	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0002 6	Pearson Correlation	.407*	.454*	.694**	1	.686**	.666**	.586**	.572**	.475**	.382*	.767**
	Sig. (2-tailed)	.026	.012	.000		.000	.000	.001	.001	.008	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0002 7	Pearson Correlation	.384*	.545**	.645**	.686**	1	.701**	.625**	.591**	.658**	.398*	.809**
	Sig. (2-tailed)	.036	.002	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0002 8	Pearson Correlation	.308	.561**	.713**	.666**	.701**	1	.695**	.639**	.384*	.392*	.783**
	Sig. (2-tailed)	.098	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.036	.032	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0002 9	Pearson Correlation	.521**	.565**	.635**	.586**	.625**	.695**	1	.816**	.618**	.402*	.848**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0003 0	Pearson Correlation	.437*	.552**	.704**	.572**	.591**	.639**	.816**	1	.722**	.454*	.849**
	Sig. (2-tailed)	.016	.002	.000	.001	.001	.000	.000		.000	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0003 1	Pearson Correlation	.612**	.527**	.499**	.475**	.658**	.384*	.618**	.722**	1	.627**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.005	.008	.000	.036	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR 0003 2	Pearson Correlation	.322	.403*	.362*	.382*	.398*	.392*	.402*	.454*	.627**	1	.602**
	Sig. (2-tailed)	.082	.027	.049	.037	.029	.032	.028	.012	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Perik lana n	Pearson Correlation	.659**	.762**	.825**	.767**	.809**	.783**	.848**	.849**	.798**	.602**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Pengujian Validitas untuk Variabel Volume Penjualan

		Correlations						
		VAR00034	VAR00035	VAR00036	VAR00037	VAR00038	VAR00039	VolumePenjualan
VAR00034	Pearson Correlation	1	.405*	.825**	.476**	.372*	.445*	.778**
	Sig. (2-tailed)		.026	.000	.008	.043	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00035	Pearson Correlation	.405*	1	.489**	.447*	.229	.526**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.026		.006	.013	.223	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00036	Pearson Correlation	.825**	.489**	1	.389*	.360	.377*	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.034	.050	.040	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00037	Pearson Correlation	.476**	.447*	.389*	1	.268	.823**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.008	.013	.034		.153	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00038	Pearson Correlation	.372*	.229	.360	.268	1	.488**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.043	.223	.050	.153		.006	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00039	Pearson Correlation	.445*	.526**	.377*	.823**	.488**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.014	.003	.040	.000	.006		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Volume Penjualan	Pearson Correlation	.778**	.666**	.736**	.828**	.563**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Pengujian Reliabilitas untuk Variabel Distribusi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.718	10

Hasil Pengujian Reliabilitas untuk Variabel Persediaan Barang

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	10

Hasil Pengujian Reliabilitas untuk Variabel Periklanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.922	10

Hasil Pengujian Reliabilitas untuk Variabel Volume Penjualan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.829	10

Lampiran 4 : Tabulasi Kuesioner Sampel Penelitian

Tabulasi Kuesioner Variabel Distribusi

No.	Distribusi										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	42
4	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	43
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
12	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	45
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5	42
15	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
16	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	39
19	1	1	1	1	1	1	4	5	1	1	17
20	5	5	5	4	4	5	1	1	5	5	40
21	5	5	5	5	5	4	1	2	5	5	42
22	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	40
23	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
24	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12
25	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	14
26	5	5	3	3	3	3	2	2	5	5	36
27	1	1	4	4	4	3	1	2	3	2	25
28	1	3	2	2	2	1	1	2	1	1	16
29	3	1	2	2	2	1	1	1	1	3	17
30	3	1	2	2	2	2	2	2	1	3	20
31	2	1	3	1	2	4	1	1	2	4	21
32	3	1	3	1	2	3	1	3	2	2	21
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	13
34	2	2	4	2	2	2	1	1	2	5	23

No.	Distribusi										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35	4	3	2	1	1	3	1	1	4	4	24
36	2	1	3	1	3	3	2	2	4	4	25
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
38	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	12
39	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12
40	1	3	3	2	2	3	3	3	2	2	24
41	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	15
42	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	16
43	2	2	2	2	2	2	5	3	2	2	24
44	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	22
45	2	2	2	2	2	3	1	1	3	3	21
46	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	12
47	2	2	2	5	3	2	2	2	5	4	29
48	2	2	4	2	2	2	1	2	2	1	20
49	4	3	2	1	1	3	2	2	4	2	24
50	2	1	3	1	3	3	1	1	4	2	21
51	1	2	2	2	2	2	1	3	3	1	19
52	2	1	2	1	2	2	2	2	3	1	18
53	4	2	2	2	2	2	1	3	2	1	21
54	1	1	1	1	1	1	3	4	1	2	16
55	2	2	1	1	3	3	2	2	1	1	18
56	3	3	3	2	2	2	4	4	2	1	26
57	1	4	3	1	3	1	4	4	3	1	25
58	3	3	3	3	4	2	2	2	2	1	25
59	2	2	2	2	2	1	2	2	2	5	22
60	3	4	4	4	4	1	4	2	1	5	32
61	4	4	3	4	4	4	1	1	4	3	32
62	2	3	2	2	2	2	1	1	3	2	20
63	2	2	2	2	2	4	1	1	4	2	22
64	1	2	3	4	2	2	3	3	2	3	25
65	1	1	1	1	1	1	5	5	2	3	21
66	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	14
67	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	13
68	2	1	4	3	3	2	1	2	2	2	22
69	5	5	5	5	5	5	1	3	5	2	41
70	2	2	4	1	3	1	2	2	1	3	21
71	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	18

No.	Distribusi										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
72	1	1	4	1	2	3	5	5	2	2	26
73	2	2	1	1	3	3	5	4	1	2	24
74	3	3	3	2	2	2	5	5	2	1	28
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
77	5	5	4	5	4	5	2	2	5	5	42
78	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	44
79	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	25
80	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	16
81	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12
82	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	12
83	5	5	3	3	3	3	5	3	5	5	40
84	1	1	4	4	4	3	2	2	3	2	26
85	1	3	2	2	2	1	1	1	1	1	15
86	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	12
87	2	2	2	5	3	2	2	2	5	4	29
88	2	2	4	2	2	2	1	2	2	1	20
89	4	3	2	1	1	3	2	2	4	2	24
90	2	1	3	1	3	3	1	1	4	2	21
91	1	2	2	2	2	2	1	3	3	1	19
92	2	1	2	1	2	2	3	3	3	1	20
93	4	2	2	2	2	2	4	4	2	1	25
94	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	13
95	2	2	1	1	3	3	1	1	1	1	16
96	5	5	3	3	3	3	5	3	5	5	40
97	1	1	4	4	4	3	2	2	3	2	26
98	1	3	2	2	2	1	1	1	1	1	15

Tabulasi Kuesioner Variabel Persediaan Barang

No.	Persediaan Barang										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	45
7	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
8	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
9	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	46
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	30
15	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	34
16	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
19	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
20	4	3	3	3	3	3	1	2	5	5	32
21	2	2	2	2	4	2	5	5	2	5	31
22	5	5	5	5	1	1	5	5	1	1	34
23	5	5	5	4	4	4	1	1	5	5	39
24	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	14
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	2	1	1	2	1	1	5	5	1	1	20
28	1	1	2	2	2	2	5	5	2	2	24
29	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	45
30	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
31	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
32	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	46
33	5	5	4	4	4	1	2	3	4	4	36
34	5	1	1	3	1	1	3	3	4	4	26
35	4	3	1	1	1	1	2	2	4	5	24

[illegible]

No.	Persediaan Barang										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
73	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
74	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	44
77	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	46
78	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	46
79	4	4	4	2	1	1	5	5	1	1	28
80	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	17
81	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	14
82	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	2	1	1	2	1	1	5	5	1	1	20
85	1	1	2	2	2	2	5	5	2	2	24
86	4	4	2	1	1	1	3	3	1	1	21
87	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	45
88	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	45
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	4	5	5	4	3	3	1	1	3	3	32
91	4	3	4	1	2	3	1	1	2	2	23
92	2	1	1	3	2	3	5	5	2	2	26
93	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
94	4	2	1	1	1	1	2	2	3	4	21
95	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	2	1	1	2	1	1	5	5	1	1	20
98	1	1	2	2	2	2	5	5	2	2	24

Tabulasi Kuesioner Variabel Periklanaan

No.	Periklanan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
14	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	1	1	1	1	1	2	1	4	3	1	16
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
25	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
26	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
27	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
28	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	22
29	5	4	5	3	1	4	4	2	2	4	34
30	2	1	3	4	3	2	4	1	2	3	25
31	5	3	5	2	3	5	2	1	1	3	30
32	4	2	1	3	2	3	3	3	4	2	27
33	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
34	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	22
35	2	2	2	2	4	5	3	4	2	2	28

No.	Periklanan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
36	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1	22
37	1	3	3	3	2	2	2	1	1	2	20
38	1	2	2	2	2	2	3	1	1	1	17
39	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	15
40	1	1	1	1	1	2	1	4	3	1	16
41	3	3	4	3	2	4	4	4	3	2	32
42	2	2	2	3	4	3	4	2	2	3	27
43	3	3	3	1	3	4	2	2	1	2	24
44	3	4	2	1	2	2	3	3	2	2	24
45	2	2	3	3	1	3	3	1	3	2	23
46	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	13
47	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
48	3	1	2	2	2	1	1	2	2	3	19
49	2	4	3	1	2	1	2	1	1	2	19
50	1	4	3	1	1	2	1	2	1	2	18
51	2	2	2	5	3	2	1	1	2	3	23
52	2	2	1	2	2	2	2	1	3	2	19
53	1	3	2	1	1	3	1	1	2	3	18
54	2	1	3	1	3	3	1	1	1	3	19
55	1	2	2	2	2	2	3	1	1	1	17
56	2	1	2	1	2	2	3	1	1	1	16
57	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	16
58	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	12
59	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	16
60	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	19
61	1	1	3	1	3	1	2	2	1	2	17
62	2	1	2	1	2	2	3	2	3	1	19
63	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	18
64	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	14
65	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	19
66	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	14
67	2	2	2	1	3	1	1	4	3	2	21
68	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	16
69	1	1	2	1	2	2	2	5	5	2	23
70	2	2	1	1	2	1	1	4	4	1	19
71	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	20
72	2	5	5	5	5	5	5	1	1	5	39

No.	Periklanan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
73	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	23
74	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	23
75	3	4	2	2	4	1	1	3	1	3	24
76	4	4	3	2	2	3	4	2	2	4	30
77	3	3	3	5	3	5	3	5	2	3	35
78	5	5	5	5	5	1	4	1	1	2	34
79	2	2	3	3	1	3	3	1	3	2	23
80	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	13
81	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
82	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
83	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
84	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
85	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	22
86	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	13
87	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
88	3	1	2	2	2	1	1	2	2	3	19
89	2	4	3	1	2	1	2	1	1	2	19
90	1	4	3	1	1	2	1	2	1	2	18
91	2	2	2	5	3	2	1	1	2	3	23
92	2	2	1	2	2	2	2	1	3	2	19
93	1	3	2	1	1	3	1	1	2	3	18
94	2	1	3	1	3	3	1	1	1	3	19
95	1	2	2	2	2	2	3	1	1	1	17
96	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
98	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	22

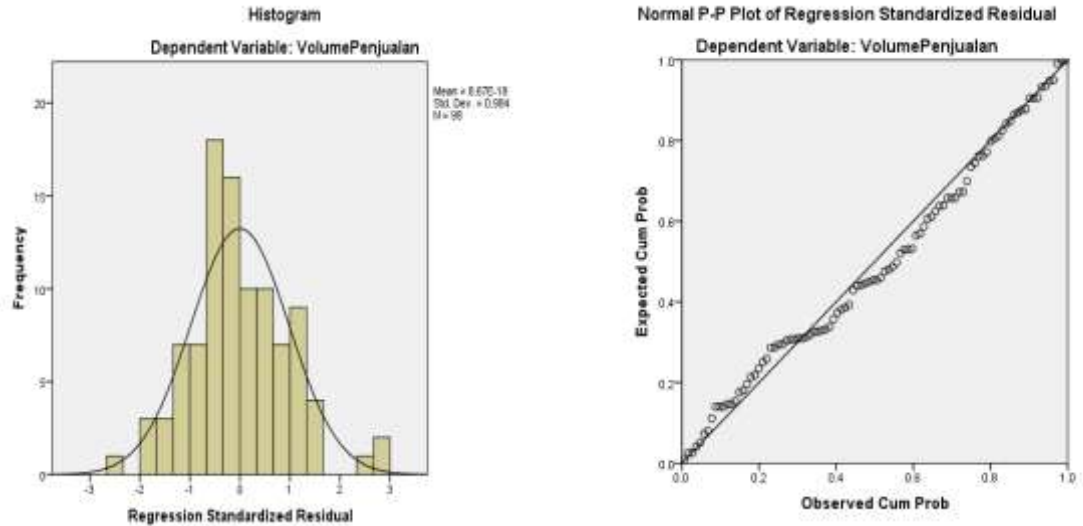
Tabulasi Kuesioner Variabel Volume Penjualan

No.	Volume Penjualan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	3	3	2	2	2	2	14
2	4	3	3	3	3	2	18
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	5	25
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	4	4	4	4	5	26
11	5	5	4	4	4	4	26
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	4	4	4	5	5	26
17	5	5	5	4	4	5	28
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	5	5	26
23	4	4	4	4	2	4	22
24	5	4	4	4	4	4	25
25	2	4	2	3	5	4	20
26	4	4	4	4	2	4	22
27	4	3	3	2	3	3	18
28	2	2	3	4	3	3	17
29	4	4	4	4	5	4	25
30	4	4	4	4	2	2	20
31	2	4	3	4	2	2	17
32	4	3	3	2	3	2	17
33	2	2	1	1	1	1	8
34	1	2	2	3	4	3	15
35	1	2	3	4	1	2	13

No.	Volume Penjualan						Total
	1	2	3	4	5	6	
36	1	1	2	3	1	1	9
37	2	2	2	4	2	2	14
38	3	3	4	2	4	1	17
39	2	2	2	3	4	1	14
40	1	2	3	2	2	3	13
41	1	1	2	2	4	3	13
42	2	2	4	2	2	2	14
43	1	2	3	3	1	2	12
44	2	3	3	3	1	1	13
45	2	1	3	1	2	2	11
46	1	2	2	2	3	2	12
47	1	2	2	3	4	3	15
48	2	2	2	2	2	2	12
49	3	3	3	2	3	3	17
50	1	2	3	3	1	2	12
51	2	3	3	3	1	1	13
52	2	1	3	1	2	2	11
53	1	2	2	2	3	2	12
54	2	2	1	1	1	1	8
55	1	2	2	3	4	3	15
56	1	2	3	4	1	2	13
57	1	1	2	3	1	1	9
58	2	1	1	1	1	1	7
59	1	1	1	1	1	1	6
60	1	1	1	1	1	1	6
61	2	2	2	2	2	1	11
62	2	2	1	1	1	1	8
63	2	3	3	3	1	1	13
64	2	1	3	1	2	2	11
65	1	2	2	2	3	2	12
66	2	2	1	1	1	1	8
67	1	1	1	1	1	1	6
68	1	2	2	2	1	1	9
69	4	4	4	2	1	4	19
70	1	2	2	1	3	2	11
71	1	2	1	2	2	2	10
72	3	2	2	2	1	3	13

No.	Volume Penjualan						Total
	1	2	3	4	5	6	
73	5	5	5	5	5	5	30
74	2	2	2	2	2	2	12
75	5	5	5	4	4	4	27
76	5	5	5	5	4	4	28
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	5	30
79	2	2	2	2	1	1	10
80	4	4	4	4	4	5	25
81	2	3	1	2	1	1	10
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	2	4	5	26
84	1	1	1	1	2	2	8
85	1	1	1	1	1	1	6
86	4	4	4	4	4	5	25
87	3	2	2	2	1	1	11
88	3	5	2	2	1	1	14
89	1	2	2	1	1	1	8
90	1	1	1	2	1	1	7
91	4	4	4	3	1	4	20
92	2	1	1	2	1	2	9
93	1	3	2	2	3	2	13
94	2	1	1	1	2	1	8
95	1	1	1	1	1	1	6
96	5	5	5	2	4	5	26
97	1	1	1	1	2	2	8
98	1	1	1	1	1	1	6

Lampiran 5 : Hasil Analisis Regresi Berganda



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.44292454
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.058
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

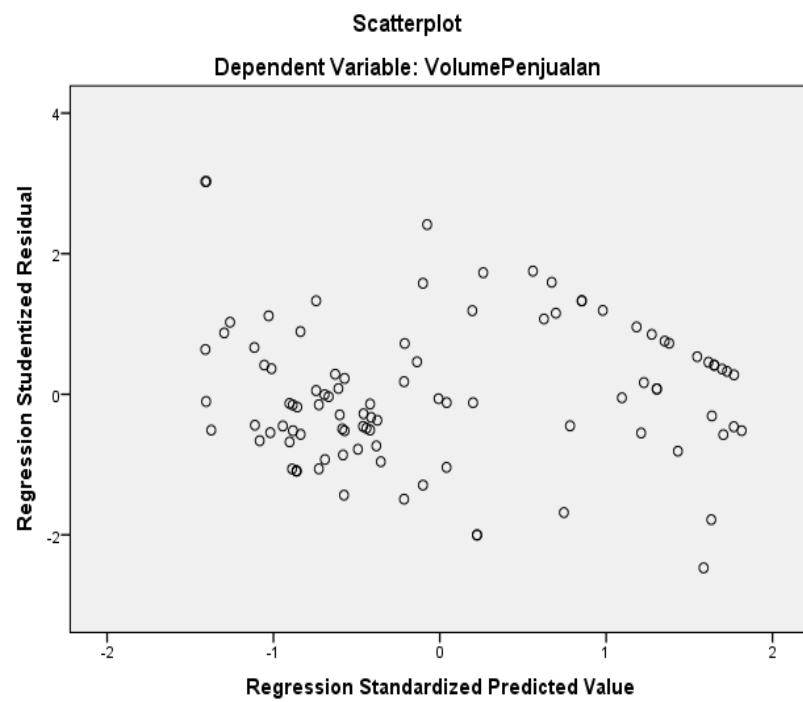
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	.111	1.782		.063	.950	
	Distribusi	.148	.065	.224	2.278	.025	.472 2.120
	PersediaanBarang	.138	.056	.205	2.454	.016	.652 1.535
	Periklanan	.287	.054	.465	5.353	.000	.603 1.659

a. Dependent Variable: VolumePenjualan



ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3833.599	3	1277.866	41.800	.000 ^b
	Residual	2873.666	94	30.571		
	Total	6707.265	97			

a. Dependent Variable: VolumePenjualan

b. Predictors: (Constant), Periklanan, PersediaanBarang, Distribusi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3833.599	3	1277.866	41.800	.000 ^b
	Residual	2873.666	94	30.571		
	Total	6707.265	97			

a. Dependent Variable: VolumePenjualan

b. Predictors: (Constant), Periklanan, PersediaanBarang, Distribusi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.572	.558	5.52910

a. Predictors: (Constant), Periklanan, PersediaanBarang, Saluran

b. Dependent Variable: VolumePenjualan

Lampiran 6 : Tabel Statistik

Tabel Statistik r

Tabel Statistik r

DF = n-2	Tingkat Signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.0125	0.005	0.0005
	r 0,1	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

Tabel Statistik t

Pr	0.250	0.100	0.050	0.025	0.010	0.005	0.001
df	0.500	0.200	0.100	0.050	0.020	0.010	0.002
51	0.6793	1.2984	1.6753	2.0076	2.4017	2.6757	3.2579
52	0.6792	1.2980	1.6747	2.0066	2.4002	2.6737	3.2545
53	0.6791	1.2977	1.6741	2.0057	2.3988	2.6718	3.2513
54	0.6791	1.2974	1.6736	2.0049	2.3974	2.6700	3.2481
55	0.6790	1.2971	1.6730	2.0040	2.3961	2.6682	3.2451
56	0.6789	1.2969	1.6725	2.0032	2.3948	2.6665	3.2423
57	0.6788	1.2966	1.6720	2.0025	2.3936	2.6649	3.2395
58	0.6787	1.2963	1.6716	2.0017	2.3924	2.6633	3.2368
59	0.6787	1.2961	1.6711	2.0010	2.3912	2.6618	3.2342
60	0.6786	1.2958	1.6706	2.0003	2.3901	2.6603	3.2317
61	0.6785	1.2956	1.6702	1.9996	2.3890	2.6589	3.2293
62	0.6785	1.2954	1.6698	1.9990	2.3880	2.6575	3.2270
63	0.6784	1.2951	1.6694	1.9983	2.3870	2.6561	3.2247
64	0.6783	1.2949	1.6690	1.9977	2.3860	2.6549	3.2225
65	0.6783	1.2947	1.6686	1.9971	2.3851	2.6536	3.2204
66	0.6782	1.2945	1.6683	1.9966	2.3842	2.6524	3.2184
67	0.6782	1.2943	1.6679	1.9960	2.3833	2.6512	3.2164
68	0.6781	1.2941	1.6676	1.9955	2.3824	2.6501	3.2145
69	0.6781	1.2939	1.6672	1.9949	2.3816	2.6490	3.2126
70	0.6780	1.2938	1.6669	1.9944	2.3808	2.6479	3.2108
71	0.6780	1.2936	1.6666	1.9939	2.3800	2.6469	3.2090
72	0.6779	1.2934	1.6663	1.9935	2.3793	2.6459	3.2073
73	0.6779	1.2933	1.6660	1.9930	2.3785	2.6449	3.2057
74	0.6778	1.2931	1.6657	1.9925	2.3778	2.6439	3.2041
75	0.6778	1.2929	1.6654	1.9921	2.3771	2.6430	3.2025
76	0.6777	1.2928	1.6652	1.9917	2.3764	2.6421	3.2010
77	0.6777	1.2926	1.6649	1.9913	2.3758	2.6412	3.1995
78	0.6776	1.2925	1.6646	1.9908	2.3751	2.6403	3.1980
79	0.6776	1.2924	1.6644	1.9905	2.3745	2.6395	3.1966
80	0.6776	1.2922	1.6641	1.9901	2.3739	2.6387	3.1953
81	0.6775	1.2921	1.6639	1.9897	2.3733	2.6379	3.1939
82	0.6775	1.2920	1.6636	1.9893	2.3727	2.6371	3.1926
83	0.6775	1.2918	1.6634	1.9890	2.3721	2.6364	3.1913
84	0.6774	1.2917	1.6632	1.9886	2.3716	2.6356	3.1901
85	0.6774	1.2916	1.6630	1.9883	2.3710	2.6349	3.1889
86	0.6774	1.2915	1.6628	1.9879	2.3705	2.6342	3.1877
87	0.6773	1.2914	1.6626	1.9876	2.3700	2.6335	3.1866
88	0.6773	1.2912	1.6624	1.9873	2.3695	2.6329	3.1854
89	0.6773	1.2911	1.6622	1.9870	2.3690	2.6322	3.1843
90	0.6772	1.2910	1.6620	1.9867	2.3685	2.6316	3.1833
91	0.6772	1.2909	1.6618	1.9864	2.3680	2.6309	3.1822
92	0.6772	1.2908	1.6616	1.9861	2.3676	2.6303	3.1812
93	0.6771	1.2907	1.6614	1.9858	2.3671	2.6297	3.1802
94	0.6771	1.2906	1.6612	1.9855	2.3667	2.6291	3.1792
95	0.6771	1.2905	1.6611	1.9853	2.3662	2.6286	3.1782
96	0.6771	1.2904	1.6609	1.9850	2.3658	2.6280	3.1773
97	0.6770	1.2903	1.6607	1.9847	2.3654	2.6275	3.1764
98	0.6770	1.2902	1.6606	1.9845	2.3650	2.6269	3.1755
99	0.6770	1.2902	1.6604	1.9842	2.3646	2.6264	3.1746
100	0.6770	1.2901	1.6602	1.9840	2.3642	2.6259	3.1737
101	0.6769	1.2900	1.6601	1.9837	2.3638	2.6254	3.1729
102	0.6769	1.2899	1.6599	1.9835	2.3635	2.6249	3.1721

Tabel Statistik F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN BARANG, DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT INDAKO TRADING COY JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362, MEDAN"**. Untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (✓) untuk jawaban pilihan Bapak/ Ibu.

No. Responden : 21

Nama Konsumen : Danyal Farouk A.

Usia : ☒ < 20-30 tahun ☐ 31-40 tahun
☐ > 40 tahun

Jenis Kelamin : ☒ Laki-laki ☐ Perempuan

Tingkat Pendidikan : ☐ SMA ☒ Lainnya
☒ S1

II. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan dengan *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Distribusi (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Lokasi Persediaan Barang dan pergudangan						
1.	Sepeda motor Honda yang dipesan konsumen datang tepat waktu	✓				
2.	Stok barang yang tidak pernah kosong sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen	✓				
Penanganan Barang (<i>materials handling</i>)						
3.	Adanya uji coba sebelum pengiriman ke lokasi konsumen	✓				
4.	Jika ada produk yang cacat pada pemesanan selalu langsung diganti dengan yang baru	✓				
Pengendalian Persediaan (<i>inventory control</i>)						
5.	Dealer pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362 menjual produk sepeda motor Honda yang lengkap	✓				
6.	Sepeda motor Honda selalu tersedia		✓			
Pemrosesan pemesanan						
7.	Saya mendapatkan sepeda motor Honda kurang dari 1-6 bulan					✓
8.	Saya bisa membeli langsung sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362				✓	
Pengangkutan						
9.	Pengiriman sepeda motor Honda dilakukan langsung oleh perusahaan ke konsumen	✓				
10.	Perusahaan menggunakan sistem transportasi yang aman dalam melakukan pengiriman ke konsumen	✓				

Persediaan Barang (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Jumlah penjualan						
1.	Warna sepeda motor Honda yang lengkap dalam ketersediaan barang				✓	
2.	Pemesanan pembelian barang diberi nomor urut cetak sehingga dapat terkendali dengan baik				✓	
Waktu dan segi teknis proses produksi						
3.	Adanya dokumen yang lengkap sehingga dapat membantu konsumen dengan memberikan layanan yang cepat				✓	
4.	Waktu <i>indent</i> yang tidak terlalu lama untuk jenis sepeda motor honda baru				✓	
Daya tahan dan faktor mudahnya rusak barang						
5.	Persediaan tercegah dari kerusakan, kebakaran, banjir dan resiko lainnya sehingga konsumen		✓			

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	merasakan keamanan dalam pembelian					
6.	Sistem pengendalian yang tepat sehingga memudahkan pembelian				✓	
Kemudahan pengadaan kembali sediaan						
7.	Ketersediaan stock terkomputerisasi dapat memberikan kepuasan informasi bagi konsumen	✓				
8.	Selalu <i>up to date</i> sehingga dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh konsumen	✓				
Konsekuensi kehabisan sediaan suatu barang						
9.	Adanya pemberian informasi kepada konsumen jika keterlambatan pembelian sepeda motor honda				✓	
10.	Adanya pengembalian uang muka konsumen jika persediaan barang yang sangat lama tersedia di dealer	✓				

Iklan (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
<i>Attention</i>						
1.	Iklan sepeda motor honda memiliki daya tarik yang unik, baik gaya bahasa yang digunakan, bintang iklan, maupun cara menyampaikan pesan	✓				
2.	Pesan iklan sepeda motor honda mudah dipahami karena alurnya jelas.	✓				
<i>Interest</i>						
3.	Iklan yang dilakukan sepeda motor honda sangat menarik perhatian konsumen	✓				
4.	Iklan sepeda motor honda sering saya temukan dengan mudah di berbagai media.		✓			
<i>Desire</i>						
5.	Penampilan iklan sepeda motor honda sangat menarik sehingga saya tertarik untuk membelinya.		✓			
6.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih yakin akan berbagai keunggulan sepeda motor Honda dibandingkan merek lainnya		✓			
<i>Conviction</i>						
7.	Saya membeli sepeda motor honda di sebabkan iklan yang dilakukan.		✓			
8.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih memahami inovasi produk yang dilakukan Yamaha		✓			
<i>Action</i>						
9.	Sepeda motor honda menayangkan iklannya melalui berbagai media	✓				

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
10.	Iklan sepeda motor honda yang dirancang dapat mendorong saya melakukan pembelian	✓				

Volume Penjualan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Mencapai Volume Penjualan						
1.	Program promosi yang dilakukan dapat meningkatkan volume penjualan	✓				
2.	Kelengkapan sepeda motor Honda sesuai dengan keinginan konsumen	✓				
Mendapatkan laba						
3.	Syarat pembelian yang tidak rumit sehingga dapat meningkatkan penjualan	✓				
4.	Sistem kredit yang dibantu oleh pihak perusahaan	✓				
Menunjang pertumbuhan perusahaan						
5.	Adanya sistem pengukuran kepuasan konsumen sehingga dapat mendorong pertumbuhan perusahaan	✓				
6.	Sepeda motor Honda masuk referensi karena kualitas dan fungsi sesuai dengan kebutuhan konsumen	✓				

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN BARANG, DAN PERIKLAMAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT INDAKO TRADING COY JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362, MEDAN"**. Untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (✓) untuk jawaban pilihan Bapak/ Ibu.

No. Responden : 22

Nama Konsumen

Usia ☒ < 20-30 tahun ☐ 31-40 tahun
☐ > 40 tahun

Jenis Kelamin : ☒ Laki-laki ☐ Perempuan

Tingkat Pendidikan : ☐ SMA ☒ Lainnya
☒ SI

II. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan dengan *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
RR = Ragu-ragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Distribusi (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Lokasi Persediaan Barang dan pergudangan						
1.	Sepeda motor Honda yang dipesan konsumen datang tepat waktu	✓				
2.	Stok barang yang tidak pernah kosong sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.		✓			
Penanganan Barang (<i>materials handling</i>)						
3.	Adanya uji coba sebelum pengiriman ke lokasi konsumen		✓			
4.	Jika ada produk yang cacat pada pemesanan selalu langsung diganti dengan yang baru		✓			
Pengendalian Persediaan (<i>inventory control</i>)						
5.	Dealer pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingumangaraja Nomor 362 menjual produk sepeda motor Honda yang lengkap		✓			
6.	Sepeda motor Honda selalu tersedia		✓			
Pemrosesan pemesanan						
7.	Saya mendapatkan sepeda motor Honda kurang dari 1-6 bulan			✓		
8.	Saya bisa membeli langsung sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingumangaraja Nomor 362			✓		
Pengangkutan						
9.	Pengiriman sepeda motor Honda dilakukan langsung oleh perusahaan ke konsumen		✓			
10.	Perusahaan menggunakan sistem transportasi yang aman dalam melakukan pengiriman ke konsumen	✓				

Persediaan Barang (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Jumlah penjualan						
1.	Warna sepeda motor Honda yang lengkap dalam ketersediaan barang	✓				
2.	Pemesanan pembelian barang diberi nomor urut cetak sehingga dapat terkendali dengan baik	✓				
Waktu dan segi teknis proses produksi						
3.	Adanya dokumen yang lengkap sehingga dapat membantu konsumen dengan memberikan layanan yang cepat	✓				
4.	Waktu <i>indent</i> yang tidak terlalu lama untuk jenis sepeda motor honda baru	✓				
Daya tahan dan faktor mudahnya rusak barang						
5.	Persediaan tercegah dari kerusakan, kebakaran, banjir dan resiko lainnya sehingga konsumen					✓

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	merasakan keamanan dalam pembelian					
6.	Sistem pengendalian yang tepat sehingga memudahkan pembelian					✓
Kemudahan pengadaan kembali sediaan						
7.	Ketersediaan stock terkomputerisasi dapat memberikan kepuasan informasi bagi konsumen	✓				
8.	Selalu <i>up to date</i> sehingga dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh konsumen	✓				
Konsekuensi kehabisan sediaan suatu barang						
9.	Adanya pemberian informasi kepada konsumen jika keterlambatan pembelian sepeda motor honda					✓
10.	Adanya pengembalian uang muka konsumen jika persediaan barang yang sangat lama tersedia di dealer					✓

Iklan (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
<i>Attention</i>						
1.	Iklan sepeda motor honda memiliki daya tarik yang unik, baik gaya bahasa yang digunakan, bintang iklan, maupun cara menyampaikan pesan	✓				
2.	Pesan iklan sepeda motor honda mudah dipahami karena alurnya jelas.	✓				
<i>Interest</i>						
3.	Iklan yang dilakukan sepeda motor honda sangat menarik perhatian konsumen	✓				
4.	Iklan sepeda motor honda sering saya temukan dengan mudah di berbagai media.	✓				
<i>Desire</i>						
5.	Penampilan iklan sepeda motor honda sangat menarik sehingga saya tertarik untuk membelinya.	✓				
6.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih yakin akan berbagai keunggulan sepeda motor Honda dibandingkan merek lainnya	✓				
<i>Conviction</i>						
7.	Saya membeli sepeda motor honda di sebabkan iklan yang dilakukan.	✓				
8.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih memahami inovasi produk yang dilakukan Yamaha	✓				
<i>Action</i>						
9.	Sepeada motor honda menayangkan iklannya melalui berbagai media	✓				

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
10.	Iklan sepeda motor honda yang dirancang dapat mendorong saya melakukan pembelian	✓				

Volume Penjualan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Mencapai Volume Penjualan						
1.	Program promosi yang dilakukan dapat meningkatkan volume penjualan		✓			
2.	Kelengkapan sepeda motor Honda sesuai dengan keinginan konsumen		✓			
Mendapatkan laba						
3.	Syarat pembelian yang tidak rumit sehingga dapat meningkatkan penjualan		✓			
4.	Sistem kredit yang dibantu oleh pihak perusahaan		✓			
Menunjang pertumbuhan perusahaan						
5.	Adanya sistem pengukuran kepuasan konsumen sehingga dapat mendorong pertumbuhan perusahaan	✓				
6.	Sepeda motor Honda masuk referensi karena kualitas dan fungsi sesuai dengan kebutuhan konsumen	✓				

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,
Saya mahasiswa dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH DISTRIBUSI, PERSEDIAAN BARANG, DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT INDAKO TRADING COY JALAN SISINGAMANGARAJA NOMOR 362, MEDAN"**. Untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (✓) untuk jawaban pilihan Bapak/ Ibu.

No. Responden 50

Nama Konsumen : M. Yuni

Usia : ☒ < 20-30 tahun ☐ 31-40 tahun
☐ > 40 tahun

Jenis Kelamin : ☒ Laki-laki ☐ Perempuan

Tingkat Pendidikan : ☒ SMA ☐ Lainnya
☐ SL

II. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan dengan *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Distribusi (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Lokasi Persediaan Barang dan pergudangan						
1.	Sepeda motor Honda yang dipesan konsumen datang tepat waktu				✓	
2.	Stok barang yang tidak pernah kosong sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen					✓
Penanganan Barang (<i>materials handling</i>)						
3.	Adanya uji coba sebelum pengiriman ke lokasi konsumen			✓		
4.	Jika ada produk yang cacat pada pemesanan selalu langsung diganti dengan yang baru					✓
Pengendalian Persediaan (<i>inventory control</i>)						
5.	Dealer pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362 menjual produk sepeda motor Honda yang lengkap			✓		
6.	Sepeda motor Honda selalu tersedia			✓		
Pemrosesan pemesanan						
7.	Saya mendapatkan sepeda motor Honda kurang dari 1-6 bulan					✓
8.	Saya bisa membeli langsung sepeda motor Honda pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja Nomor 362					✓
Pengangkutan						
9.	Pengiriman sepeda motor Honda dilakukan langsung oleh perusahaan ke konsumen				✓	
10.	Perusahaan menggunakan sistem transportasi yang aman dalam melakukan pengiriman ke konsumen		✓			

Persediaan Barang (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Jumlah penjualan						
1.	Warna sepeda motor Honda yang lengkap dalam ketersediaan barang		✓			
2.	Pemesanan pembelian barang diberi nomor urut cetak sehingga dapat terkendali dengan baik	✓				
Waktu dan segi teknis proses produksi						
3.	Adanya dokumen yang lengkap sehingga dapat membantu konsumen dengan memberikan layanan yang cepat	✓				
4.	Waktu <i>indent</i> yang tidak terlalu lama untuk jenis sepeda motor honda baru		✓			
Daya tahan dan faktor mudahnya rusak barang						
5.	Persediaan tercegah dari kerusakan, kebakaran, banjir dan resiko lainnya sehingga konsumen			✓		

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	merasakan keamanan dalam pembelian					
6.	Sistem pengendalian yang tepat sehingga memudahkan pembelian			✓		
Kemudahan pengadaan kembali sediaan						
7.	Ketersediaan stock terkomputerisasi dapat memberikan kepuasan informasi bagi konsumen					✓
8.	Selalu <i>up to date</i> sehingga dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh konsumen					✓
Konsekuensi kehabisan sediaan suatu barang						
9.	Adanya pemberian informasi kepada konsumen jika keterlambatan pembelian sepeda motor honda			✓		
10.	Adanya pengembalian uang muka konsumen jika persediaan barang yang sangat lama tersedia di dealer			✓		

Iklan (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
<i>Attention</i>						
1.	Iklan sepeda motor honda memiliki daya tarik yang unik, baik gaya bahasa yang digunakan, bintang iklan, maupun cara menyampaikan pesan					✓
2.	Pesan iklan sepeda motor honda mudah dipahami karena alurnya jelas.		✓			
<i>Interest</i>						
3.	Iklan yang dilakukan sepeda motor honda sangat menarik perhatian konsumen			✓		
4.	Iklan sepeda motor honda sering saya temukan dengan mudah di berbagai media.					✓
<i>Desire</i>						
5.	Penampilan iklan sepeda motor honda sangat menarik sehingga saya tertarik untuk membelinya.					✓
6.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih yakin akan berbagai keunggulan sepeda motor Honda dibandingkan merek lainnya				✓	
<i>Conviction</i>						
7.	Saya membeli sepeda motor honda di sebabkan iklan yang dilakukan.					✓
8.	Iklan sepeda motor honda membuat saya lebih memahami inovasi produk yang dilakukan Yamaha				✓	
<i>Action</i>						
9.	Sepeda motor honda menayangkan iklannya melalui berbagai media					✓

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
10.	Iklan sepeda motor honda yang dirancang dapat mendorong saya melakukan pembelian				✓	

Volume Penjualan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Mencapai Volume Penjualan						
1.	Program promosi yang dilakukan dapat meningkatkan volume penjualan					✓
2.	Kelengkapan sepeda motor Honda sesuai dengan keinginan konsumen				✓	
Mendapatkan laba						
3.	Syarat pembelian yang tidak rumit sehingga dapat meningkatkan penjualan			✓		
4.	Sistem kredit yang dibantu oleh pihak perusahaan			✓		
Menunjang pertumbuhan perusahaan						
5.	Adanya sistem pengukuran kepuasan konsumen sehingga dapat mendorong pertumbuhan perusahaan					✓
6.	Sepeda motor Honda masuk referensi karena kualitas dan fungsi sesuai dengan kebutuhan konsumen				✓	



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 25 Oktober 2021

Nomor : 1800/R/STIE-EP/X/2021
Lamp. : ---
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT Indako Trading Coy
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Desica
NIM	: 181010036
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (SI)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Distribusi, Persediaan Barang, dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT Indako Trading Coy Jalan Sisinganangaraja No. 362, Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke PT Indako Trading Coy yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikasikan untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



No. 1014/ITC/SK-HRD/PA/KEL/XI/21.

Kepada Yth :
Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Ketua STIE Eka Prasetya
Di Medan

Perihal : Konfirmasi Observasi

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Nomor : 1800/R/STIE-EP/X/2021 Tanggal 25 Oktober 2021 Perihal
Observasi atas mahasiswa/i :

Nama	: Desica
NIM	: 181010036
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Distribusi, Persediaan Barang dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT. Indako Trading Coy Jalan Sisingamangaraja No. 362 Medan.

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa/i tersebut di atas dapat kami terima untuk
melaksanakan Observasi di perusahaan kami.

Demikianlah surat ini kami perbuat dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 24 November 2021.

PT. Indako Trading Coy.
Human Resources Development Dept.


Lianto SE
Manager

Cc. File



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Dania
NIM : 151010114
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Senin 16 April 2021	Nadisa JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Model Bisnis dan Gaya Komunikasi Tahapan Reproduksi Persebaran Penyakit Pada Demam Malaria An dan Malaria Malaria	151010114	
2.	Senin 16 April 2021	Denny Gita JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Model Bisnis dan Gaya Komunikasi Terhadap Persebaran Penyakit Malaria Malaria (Studi Kasus pada 15 April 2021)	151010114	
3.	Senin 16 April 2021	Nadisa JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Model Bisnis dan Gaya Komunikasi Terhadap Persebaran Penyakit Malaria Malaria	151010114	
4.	Senin 16 April 2021	Andi Gita JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Model Bisnis dan Gaya Komunikasi Terhadap Persebaran Penyakit Malaria Malaria	151010114	
5.	Senin 16 April 2021	Alen JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Model Bisnis dan Gaya Komunikasi Terhadap Persebaran Penyakit Malaria Malaria	151010114	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 04 April 2021
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezaldi, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

FOTO 3X4	Nama Mahasiswa	: Devico		
	NIM	: 18016034		
	Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran		Kelas : Diklat 5
	Nomor HP, No. WA	: 0833 4649 0110		Email : dmsia@ekaprasetya.com
	Alamat Tinggal	: Jl. Rusa 05 No. 5		
	Dosen Pembimbing Akademis	: TTD :		
Ket. Prodi	Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II	Mahasiswa	
	Dr. S. Rizki, M.Si	Irfan, S.Pd, S.Pi	Devico	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan		Paraf Dosen Pembimbing II
1	04 Sep 2021	Mk Jarak dan Ruang 1 & 2		
2				
3				
4				
5	03/10-2021	- Dasar teori subbab variabel terikat		
6		- Dasar konsep dasar metode variabel terikat		
7		- Dasar teori untuk populasi penelitian		
8		- Dasar jumlah populasi dan sampel		
9				
10	07/10-2021	oke acc sampai 8 lanjut ke bab 1		
11				
12	20/10-2021	- Dasar teori subbab variabel terikat		
13		- Dasar konsep dasar metode variabel terikat		
14		- Dasar teori untuk populasi penelitian		
15		- Dasar jumlah populasi dan sampel		
16		- Dasar teori untuk populasi dan sampel		
17				
18	30/10/2021	- Tugas tugas rumah dan hari		
19	18/11-2021	Acc 9/ sampai		
20	27/11-2021	Kerangka		
21		Pembahasan Berbasis		
22		Implikasi Manajerial Berbasis		
23		Tugas jawab		
24		ke manajemen		
25	18/12-2021	ke acc sidang meja hijau		

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| 1. Nama | : Desica |
| 2. Tempat/ Tanggal Lahir | : Medan, 31 Desember 1999 |
| 3. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 4. Alamat | : Jalan Aswad, No.5, Medan |
| 5. Alamat Email | : desicalova@gmail.com |
| 6. Agama | : Buddha |
| 7. Status | : Belum menikah |
| 8. Handphone | : 082246496718 |

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Tahun 2006 - 2010 | : SD Swasta Methodist-5 Medan |
| 2. Tahun 2010 - 2011 | : SD Swasta W.R. Supratman 2 Medan |
| 3. Tahun 2011 - 2014 | : SMP Swasta W.R. Supratman 2 Medan |
| 4. Tahun 2014 - 2017 | : SMA Swasta W.R. Supratman 2 Medan |
| 5. Tahun 2018 - 2022 | : Program Sarjana (S1) STIE Eka Prasetya, Medan |

RIWAYAT PEKERJAAN

September 2017 s/d Sekarang: Wiraswasta

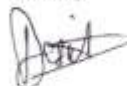
DATA ORANG TUA

- | | |
|----------------|----------------------------|
| Nama Ayah | : Lim Tjin San |
| Pekerjaan | : Wiraswasta |
| Handphone (HP) | : 085262046666 |
| Alamat | : Jalan Aswad, No.5, Medan |
| Nama Ibu | : July |
| Pekerjaan | : Ibu Rumah Tangga |
| Handphone (HP) | : 081361009911 |
| Alamat | : Jalan Aswad, No.5, Medan |

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 24 Mei 2022

Penulis,



Desica