

ABSTRAKSI

Diversifikasi produk merupakan upaya dari pihak perusahaan untuk memproduksi berbagai jenis produk dengan harapan dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Saluran distribusi merupakan suatu penyalur dari perusahaan agar dapat memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Sedangkan volume penjualan merupakan suatu kuantitas produk yang dikeluarkan atau terjual dari produsen ke konsumen. Permasalahan yang ada apakah ada pengaruh antara biaya diversifikasi produk dan jumlah saluran distribusi terhadap volume penjualan baik secara parsial maupun bersama - sama. Atas dasar itu diambil judul “ PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN “.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara biaya diversifikasi produk dan saluran distribusi terhadap volume penjualan. Kegunaan bagi penulis adalah untuk dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan keadaan sebenarnya.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu diversifikasi produk dan saluran distribusi, sedangkan variabel terikatnya adalah volume penjualan.

Sedangkan dilihat secara parsial biaya diversifikasi produk mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan, dibuktikan dari hasil uji t yaitu ditemukan t_{hitung} sebesar 2,343 dengan signifikansi 0,0439 atau angka tersebut dibawah tingkat kesalahan yang bisa ditoleransi yaitu 0,05. Sedangkan saluran distribusi mempunyai

pengaruh terhadap volume penjualan, dibuktikan dari hasil uji t yaitu ditemukan t_{hitung} sebesar 2,320 dengan signifikansi 0,0455 atau angka tersebut dibawah tingkat kesalahan yang bisa ditoleransi yaitu 0,05.

Alat analisa yaitu regresi berganda dengan persamaan $Y = - 65,903441 + 0,753790 X_1 + 26,499785 X_2$ yang berarti menunjukkan bahwa baik diversifikasi produk dan saluran distribusi tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap volume penjualan. Di samping itu dari hasil uji hipotesis ditemukan bahwa diversifikasi produk dan saluran distribusi ditemukan bahwa diversifikasi produk dan saluran distribusi secara bersama - sama mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan.

Hal ini terbukti dari uji F yaitu ditemukan F_{hitung} sebesar 63,60362 dengan signifikansi 0,0000 atau angka tersebut dibawah tingkat kesalahan yang bisa ditoleransi yaitu angka 0,05.

