ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan Semen Tonasa, dimana faktor-faktor itu adalah saluran distribusi dan personal selling yang terdapat pada PT. "X" ini. Diyakini bahwa saluran distribusi dan personal selling memberikan sumbangan terhadap naik-turunnya volume penjualan semen Tonasa.

Pada skripsi ini terdapat landasan teori yang digunakan untuk menunjang penelitian diantaranya teori-teori tentang marketing, selain itu adanya hipotesis penelitian yang pertama dimana diduga bahwa saluran distribusi dan personal selling bersama-sama memberikan pengaruh terhadap volume penjualan semen, kemudian hipotesis kedua diduga personal selling memberikan kontribusi terbesar terhadap volume penjualan semen.

Di dalam hasil perhitungan ini dapat diketahui bahwa saluran distribusi dan personal selling bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan semen, ini dilihat pada uji F dimana F hitung sebesar 390,086 lebih besar dari F tabel sebesar 4,74. Sedangkan secara partial diketahui bahwa saluran distribusi (x_1) = 55,42%, personal selling (x_2) = 68,25% dan dalam uji t diketahui saluran distribusi (x_1) = 2,950, personal selling (x_2) = 3,879, sehingga dari hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa personal selling memberikan kontribusi terbesar terhadap volume penjualan semen.

Kesimpulan yang diambil bahwa antara saluran distribusi dan personal selling bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan semen, juga personal selling memberikan kontribusi terbesar terhadap volume penjualan semen terbukti kebenarannya. Sehingga dari hipotesis penelitian yang diajukan itu kesemuanya diterima kebenarannya.