ABSTRAK

Distributor sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk memperlancar arus barang. Dengan adanya pedagang perantara besar kemungkinan untuk menghindari penyimpanan barang yang terlalu lama dalam gudang, karerna setiap perusahaan menginginkan barang yang dihasilkan bisa cepat laku dipasaran.

Perusahaan dalam menjual produknya kepada konsumen dipengaruhi oleh unsur marketing mix (4p) yang terdiri dari Product, Price, Place, dan Promotion yang sebaik-baiknya. Dari keempat faktor marketing mix, penulis membatasi penelitian pada saluran distribusi yang terdapat dalam PT. Tani Karya Makmur Sejahtera di Sepanjang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh distributor A, B, dan C terhadap volume penjualan pupuk.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder berupa diskon yang diberikan oleh produsen kepada ketiga distributor dengan jumlah pembelian tertentu mulai tahun 1996 sampai tahun 2000. Data primer digunakan untuk mengetahui tanggapan distributor tentang harga jual, bentuk kemasan, petunjuk pemakaian dan berapa lama menjadi distributor. Uji statistik yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan taraf signifikansi 5%. Untuk data primer hanya dijelaskan secara diskriptif tanpa uji.

Hasil uji F hitung 252,731>F tabel 216, berarti ada pengaruh ketiga distributor terhadap volume penjualan sebesar 99,87%. Uji secara parsial setiap distributor mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan. Pengaruh yang dominan adalah pembelian oleh distributor A dengan korelasi parsial sebesar 98,60%.