

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang faktor – faktor yang mempengaruhi volume penjualan PT. Indonesia Steel Tube Works. Dimana faktor – faktor itu adalah potongan harga, saluran distribusi dan produk yang terdapat pada PT. Indonesia Steel Tube Works ini di yakini bahwa potongan harga, saluran distribusi dan produk memberikan masukan terhadap naik turunnya volume penjualan PT. Indonesia Steel Tube Works.

Pada sekripsi ini terdapat landasan teori yang digunakan untuk menunjang penelitian diantaranya teori – teori tentang marketing, selain itu adanya hipotesis penelitian yang pertama apakah ada pengaruh yang serempak antara faktor potongan harga, saluran distribusi dan produk terhadap volume penjualan. Kemudian penelitian kedua apakah ada pengaruh parsial antara faktor potongan harga, saluran distribusi, dan produk terhadap volume penjualan PT. Indonesia Steel Tube Works.

Pada pengolahan data perusahaan yang ada sebelumnya, yaitu dengan menggunakan analisis uji F menunjukkan bahwa variabel potongan harga (X_1), saluran distribusi (X_2) dan produk (X_3) secara bersama – sama memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan PT. Indonesia Steel Tube Works dimana nilai F hitung (219,932) yang diperoleh lebih besar dari nilai F tabel (216), sedangkan koefisien determinasi yang dihasilkan menunjukkan bahwa variabel potongan harga, saluran distribusi dan produk secara bersama – sama mampu menjelaskan variabel volume penjualan sebesar 99,8 % dimana sisanya sebesar 0,2 % dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel tidak bebas cukup kuat.

Pada analisis uji T menghasilkan kesimpulan bahwa secara parsial variabel potongan harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dengan nilai T hitung (14,077), variabel saluran distribusi (X_2) dengan nilai T hitung (2,169), sedangkan variabel produk (X_3) berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan dengan nilai T hitung (23,178) jika di bandingkan dengan nilai T tabel sebesar 12,706. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel tidak bebas.

Pada analisis uji T diatas menunjukkan bahwa variabel produk (X_3) merupakan variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap variabel volume penjualan (Y), Jika dibandingkan dengan variabel potongan harga dan saluran distribusi.

Pada akhirnya kita dapat melihat bahwa variabel potongan harga, saluran distribusi dan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel penjualan. Oleh karena itu diharapkan agar pihak pimpinan PT. Indonesia Steel Tube Works dapat memberikan perhatian yang lebih terhadap hal tersebut dalam upaya untuk membawa perusahaan ke arah menjadi lebih maju dibanding sebelumnya.