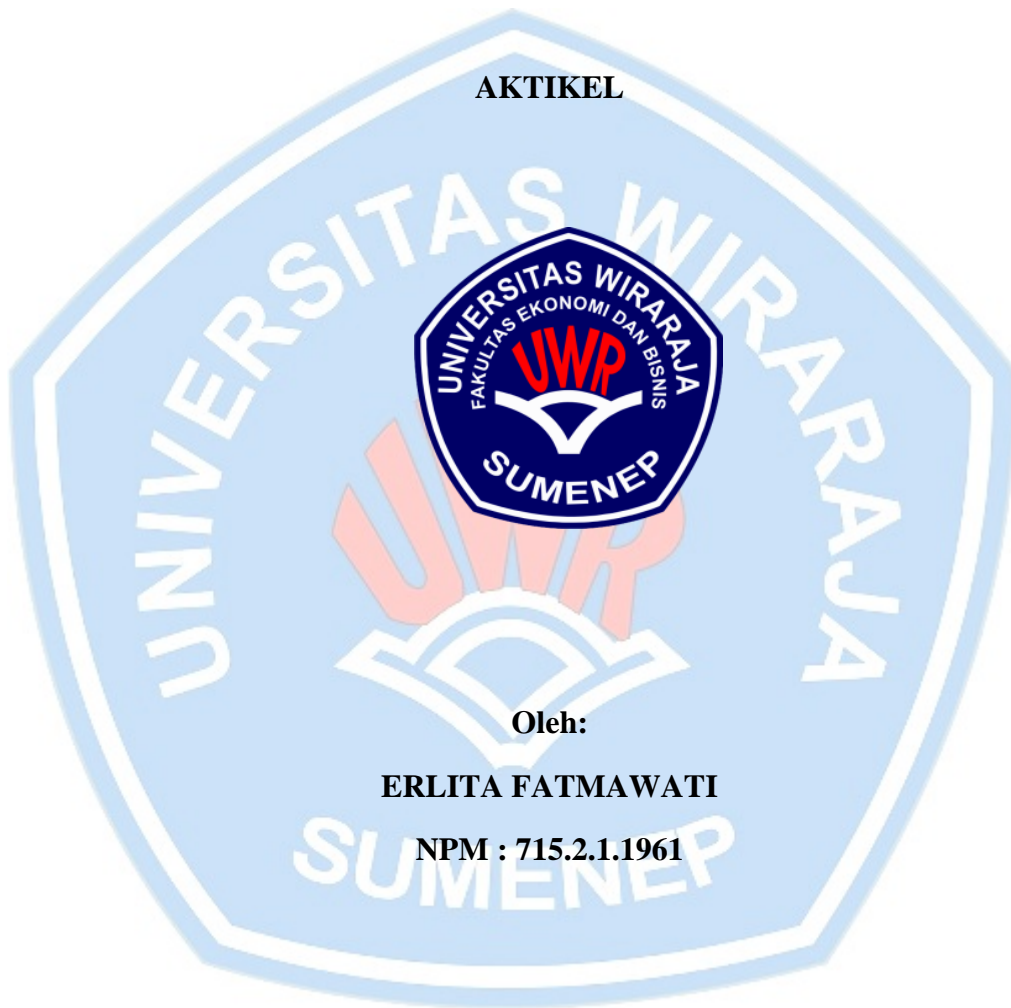


**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
SALURAN DISTRIBUSI SEMEN GRESIK DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DI KABUPATEN SUMENEP
(Studi Kasus pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor
Semen Gresik)**

AKTIKEL



Oleh:

ERLITA FATMAWATI

NPM : 715.2.1.1961

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIRARAJA

2019

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN SALURAN
DISTRIBUSI SEMEN GERSIK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Kasus pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen
Gresik)**

Skripsi

Program Studi: Manajemen

Diajukan Oleh:

ERLITA FATMAWATI

715.2.1.1961

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

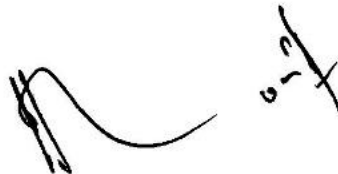
UNIVERSITAS WIRARAJA

2019

Telah Disetujui

Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 27 Juni 2019



Ahmad Ghufrohy. SE.MM

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Erlita Fatmawati
NPM : 715.2.1.1961
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI SEMEN GRESIK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI KABUPATEN SUMENEP (Studi Kasus pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep
Pada tanggal : 20 Agustus 2019

Yang menyatakan



Erlita Fatmawati

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
SALURAN DISTRIBUSI SEMEN GRESIK DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DI KABUPATEN SUMENEP
(Studi Kasus pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor
Semen Gresik)**

Erlita Fatmawati¹
Ahmad Ghufrony²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
WirarajaSumenep

erlitafatmawati63@gmail.com

ghufrony@wiraraja.ac.id

ABSTRAK

Erlita Fatmawati. 2019. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Semen Gresik Dalam Meningkatkan Penjualan (studi kasus pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik). Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep, dibawah bimbingan Ahmad Ghufrony, SE.MM.

Promosi, kualitas produk dan saluran distribusi merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan, perusahaan melakukan perubahan dengan menggunakan rencana yang matang dan penuh perhitungan. hal ini dapat berdampak pada penjualan perusahaan. Penelitian ini untuk menguji promosi, kualitas produk dan saluran distribusi dalam meningkatkan penjualan.

Penelitian ini dilakukan pada PT Berhasil Indonesia Gemilang cabang Sumenep, menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden pelanggan. Pengumpulan data menggunakan kuisioner, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, pengujian regresi linier bergada dan uji hipotesis.

Hasil penelitian secara simultan promosi, kualitas produk dan saluran distribusi pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan nilai signifikan sebesar 0,000, dan secara persial promosi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dengan nilai signifikan sebesar 0,002, dan kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dengan nilai signifikan sebesar 0,000, dan saluran distribusi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan nilai signifikan sebesar 0,005.

Kata Kunci : promosi, kualitas produk, saluran distribusi, peningkatan penjualan.

ABSTRAK

Erlita Fatmawati. 2019. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Semen Gresik Dalam Meningkatkan Penjualan (studikasus pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik). Thesis: Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Wiraraja University, Sumenep. Advisor Ahmad Ghufrony, SE., MM.

Promotion, product quality and distribution channels are one of the important factors that can influence the increase in sales, the company makes changes by using a mature and calculating plan. This can have an impact on the company's sales. This study aims to examine promotions, product quality and distribution channels in increasing sales.

This research was conducted at PT Berhasil Indonesia Gemilang Sumenep branch by using non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The number of samples is 100 customer respondents. Data collection uses questionnaires, documentation and interviews. Data analysis techniques using validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression testing and hypothesis testing.

The results of the simultaneous promotion research, product quality and distribution channels have a significant influence on increasing sales with a significant value of 0,000 and in promotional terms affect the increase in sales with a significant value of 0,002 and product quality affects the increase in sales with a significant value of 0,000 and distribution channels affect the increase in sales with a significant value of 0,005.

Keywords : *Promotion, product quality, distribution channels, increased sales.*

Pendahuluan

Salah satu unsur faktor dalam menghadapi persaingan, perusahaan merealisasikan perubahan harus menggunakan rencana yang matang dan penuh perhitungan. Setiap perusahaan yang bergerak dibidang produk, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan. Salah satu bentuk strategi pemasaran PT Semen Indonesia menyiapkan strategi distributor produk, memperbanyak stok dalam rangka menekan biaya logistik agar harga semen perusahaan terjangkau dan bersaing dengan para kompetitor. Semen Gresik telah teruji berkualitas premium terlihat dari beberapa mega proyek di Indonesia yang menggunakan Semen Gresik sebagai material utamanya. Produk-produk Semen Gresik memenuhi standar Internasional, hal ini menunjukkan bahwa mutu semen gresik setara dengan standar dunia Selain menjamin kualitas produk, Semen Gresik juga memastikan bahwa produk-produk Semen Gresik mudah di dapat oleh konsumen diseluruh wilayah pemasaran. Semen gresik telah menjadi kebutuhan masyarakat dengan berbagai kegunaanya dari pelapis keramik hingga

interior dan eksterior. Berbagai keunggulan yang dimiliki semen gresik, seperti lebih rekat dan kuat mudahnya pengaplikasian hingga telah memenuhi standar. Sehingga masyarakat sudah sepenuhnya percaya terhadap kualitas yang terjamin semen gresik dengan begitu banyaknya permintaan dari agen-agen yang besar dan toko-toko kecil.

PT Berhasil Indonesia Gemilang (Distributor Semen Gresik) merupakan distributor dibidang perdistribusian Semen Gresik. PT Berhasil Indonesia Gemilang telah berupaya melakukan peningkatan penjualan dengan berbagai cara, mulai dari mendistribusikan ke agen-agen yang lebih besar dan ke toko-toko pengecer. Berikut merupakan bukti data penjualan PT Berhasil Indonesia Gemilang (Distributor Semen Gresik).

Tabel 1. Data Penjualan PT Berhasil Indonesia Gemilang (Distributor Semen Gresik)

DATA PENJUALAN 2018		
No	Bulan	Jumlah Barang
1	Januari	112.103
2	Februari	100.906
3	Maret	91.226
4	April	111.028
5	Mei	102.365
6	Juni	56.331
7	Juli	125.050
8	Agustus	125.845
9	September	121.938
10	Oktober	159.728
11	November	149.831
12	Desember	192.860

Sumber: PT Berhasil Indonesia Gemilang, 2019

Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Semen Gresik ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Semen Gresik ?
3. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Semen Gresik ?

4. Apakah promosi, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan Semen Gresik ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui serta menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan semen gresik di PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik.
2. Untuk mengetahui serta menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan semen gresik pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan semen gresik di PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik.
4. Untuk mengetahui apakah promosi, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh simultan terhadap peningkatan penjualan semen gresik pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik.

Tinjauan Pustaka

Promosi

“Promosi berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya”. Kotler(2002:219).

Indikator promosi pada penelitian ini menurut Kotler dan Keller (2009), meliputi: Frekuensi penjualan, Kualitas produk, Ketepatan waktu atau kesesuaian sasaran, Waktu promosi.

Kualitas Produk

“Kualitas yang di syaratkan atau di standarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi”. Menurut Crosby(dalam Nasution 2001:16)

Indikator kualitas produk pada penelitian ini menurut Tjiptono(2001:25), meliputi: Kinerja, Keandalan, Daya tahan, Keistimewaan.

Saluran Distribusi

“Saluran distribusi, organisasi-organisasi yang saling tergantung, yang tercakup dalam proses yang membuat dalam produk atau jasa menjadi tersedia, untuk digunakan atau di konsumsi”. menurut Kotler dan Keller(2007:122).

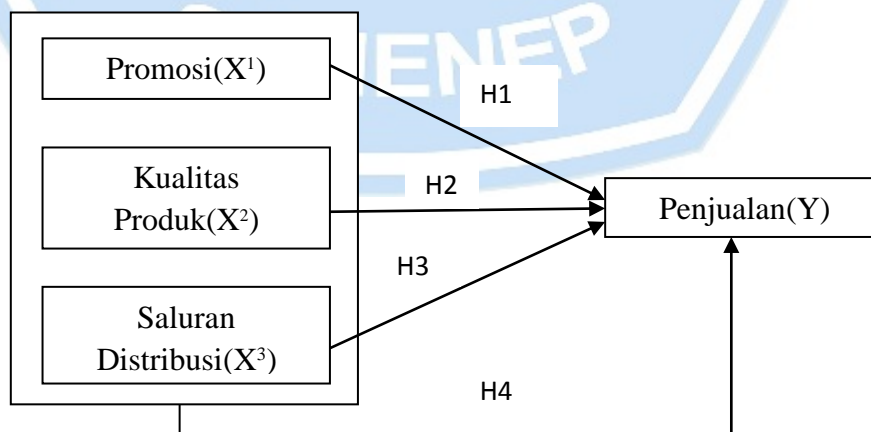
Indikator saluran distribusi pada penelitian ini menurut Kotler(dalam Resa Puji Riyanto 2015:18), meliputi: Sistem transportasi, Ketersediaan produk, Waktu penantian.

Penjualan

“Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian”. Menurut Basu SwasthaDH(2004:404).

Indikator penjualan pada penelitian ini menurut Philip Kotler oleh Basu Swastha(2008:404), meliputi: Mencapai volume penjualan, mendapatkan laba, menunjang pertumbuhan perusahaan.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- H₁: Promosi (X₁) berpengaruh terhadap peningkatan penjualan (Y) semen gresik pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik.
- H₂: Kualitas produk(X₂) berpengaruh pada peningkatan penjualan(Y) semen gresik pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik.
- H₃: Saluran distribusi(X₃) berpengaruh pada peningkatan penjualan(Y) semen gresik pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik.
- H₄: Promosi (X₁), kualitas produk(X₂). dan saluran distribusi(X₃) berpengaruh simultan terhadap peningkatan penjualan(Y) semen gresik pada PT Berhasil Indonesia Gemilang Distributor Semen Gresik.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Jenis penelitian ini merupakan studi kasus dan lapangan yang berkaitan terhadap latar belakang perusahaan dan kondisi pada saat ini dengan menganalisis secara mendalam kondisi dan situasi yang ada di PT Berhasil Indonesia Gemilang (Distributor Semen Gresik) untuk menentukan alternatif atau solusi bagi perusahaan, penelitian ini akan menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk dan saluran distribusi dalam meningkatkan penjualan.

Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Berhasil Indonesia Gemilang merupakan perusahaan dibidang perdagangan (distributor semen gresik) sebagai perusahaan ekspeditor atau perusahaan yang bergerak dengan bidang pengangkutan atau pengiriman barang, semen zak yang didirikan pada 19 November 2014, dengan wilayah penjualan di Jawa Timur dengan respon pasar yang antusias dengan wilayah penjualan meliputi Surabaya, Gresik, Sidoarjo, Mojokerto dan Pulau Madura. Di Kabupaten Sumenep sendiri adalah cabang gudang yang ada di sumenep salah satunya di Jl. Trunojoyo Ds. Gunggung Kec. Batuan Kabupaten.

Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun objek pada penelitian ini di PT. Berhasil Indonesia Gemilang (BIG) bertempat di Jl. Trunojoyo Ds. Gunggung Kec. Batuan Kabupaten. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Februari hingga Juni 2019.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini pelanggan semen gresik yang jumlah keseluruhan populasinya tak terhingga

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil subjek didasarkan adanya tujuan tertentu, sesuai dengan pertimbangan penelitian sehingga mewakili populasi atau teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria, kriteria diambil dalam penelitian ini, yaitu:

- pelanggan semen gresik berusia di atas 17 tahun
- berdasarkan jenis kelamin

Metode Pengambilan Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel menggunakan rumus *Roscoe* yaitu jumlah anggota sampel 25 dikali dengan jumlah variabel yang diteliti, variabel penelitiannya ada empat (independen+dependen) maka jumlah sampel $25 \times 4 = 100$ sampel.

Jenis Dan Sumber Data

a. Jenis Data

1) Data Subjek

merupakan berupa opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik seseorang dengan menjadi subjek penelitian, peneliti ini menggunakan subjek karyawan dan konsumen semen gresik

2) Data Dokumen

Berupa arsip yang memuat transaksi yang terlibat dalam suatu kejadian, dari data dokumen tersebut berupa data dokumen penjualan dari perusahaan.

b. Sumber Data

1) Data Primer

Data yang didapatkan dengan langsung serta menyebarkan kuesioner dengan objek penelitian dalam perusahaan atau pihak-pihak yang berkompeten di lapangan. Sumber data yang diperoleh melalui penelitian.

2) Data Sekunder

Data yang didapat dalam bentuk sudah jadi, dokumen-dokumen literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Pengambilan Data

a. Kuisisioner atau Angket

Berupa memberi dengan cara seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis terhadap responden untuk di isi atau dijawabnya.

b. Dokumentasi

Untuk digunakan mengumpulkan data sekunder dari perusahaan serta landasan teori dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

c. Wawancara

Untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan percakapan baik formal maupun informal, teknik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi sebagai data tambahan penelitian.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya data dari setiap pertanyaan sesuai kuesioner. Suatu data dinyatakan valid jika nilai (rhitung) lebih besar dari (rtable) pada $df = N-2$ dengan probabilitas 0,05. Pada penelitian ini yang digunakan $df = 100 - 2 = 98$ dan r table pada nilai $df = 98$ dengan probabilitas 0,05 adalah 0,1966.

Uji Validitas Promosi

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12,32	4,482	,680	,467	,770
X1.2	12,45	5,038	,653	,436	,784
X1.3	12,35	4,553	,656	,435	,781
X1.4	12,38	4,844	,630	,402	,792

Sumber : Output SPSS, 2019

Uji Validitas Kualitas Produk

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11,99	3,949	,632	,490	,659
X2.2	12,08	4,074	,616	,475	,669
X2.3	11,94	4,299	,501	,259	,731
X2.4	11,90	4,253	,482	,240	,742

Sumber : Output SPSS, 2019

Uji Validitas Saluran Distribusi

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	8,09	1,800	,527	,278	,625
X3.2	8,07	1,904	,519	,269	,635
X3.3	8,04	1,675	,545	,297	,602

Sumber : Output SPSS, 2019

Uji Validitas Penjualan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	8,16	1,833	,692	,480	,548
Y2	8,15	2,028	,535	,327	,734
Y3	8,29	2,168	,539	,341	,725

Sumber : Output SPSS, 2019

Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner reabel atau handal. Metode pengujian menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen dapat dinyatakan handal (*reabel*) bila mempunyai nilai koefisien kehandalan reliabelitas sebesar 0,6 atau lebih. Bila $Alpha > 0,6$ maka dikatakan tidak reabel.

Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Promosi (X1)	0,827	0,6	Reliable
Kualitas Produk (X2)	0,758	0,6	Reliable
Saluran Distribusi (X3)	0,711	0,6	Reliable
Penjualan (Y)	0,756	0,6	Reliable

Sumber : Output SPSS, 2019

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel4.11

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,254	,860		1,459	,148		
	X1	,209	,066	,294	3,151	,002	,431	2,319
	X2	,257	,071	,334	3,619	,000	,440	2,272
	X3	,289	,100	,270	2,906	,005	,432	2,315

Sumber : Output SPSS, 2019

Berdasarkan tabel4.11 menunjukkan bahwa hasil Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,254 + 0,209X_1 + 0,257X_2 + 0,289X_3 + e$$

Berdasarkan pada persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 1,254 artinya jika variabel independen di asumsikan 0 peningkatan penjualan sebesar 1,254.
- Variabel Promosi(X_1) berhubungan dengan peningkatan penjualan sebesar 0,209 apabila Promosi(X_1) meningkat dari (satu) satuan variabel peningkatan penjualan(Y) akan meningkat sebesar 0,209.
- Variabel Kualitas produk(X_2) berhubungan dengan peningkatan penjualan sebesar 0,257 apabila Kualitas produk(X_2) meningkat dari (satu) satuan variabel peningkatan penjualan(Y) akan meningkat sebesar 0,257.
- Variabel Saluran distribusi(X_3) berhubungan dengan peningkatan penjualan sebesar 0,289 apabila Saluran distribusi(X_3) meningkat dari (satu) satuan variabel peningkatan penjualan(Y) akan meningkat sebesar 0,289.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,254	,860		1,459	,148		
	X1	,209	,066	,294	3,151	,002	,431	2,319
	X2	,257	,071	,334	3,619	,000	,440	2,272
	X3	,289	,100	,270	2,906	,005	,432	2,315

Sumber : Output SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa uji t nilai thitung pada (X_1) terhadap (Y) adalah nilai thitung sebesar $3,151 > 1,984$ dengan sig. $0,002 < 0,05$ dapat disimpulkan H_1 diterima yang berarti (X_1) berpengaruh terhadap (Y). Untuk pengaruh kualitas produk (X_2) terhadap (Y) adalah nilai thitung sebesar $3,619 > 1,984$ dengan sig. $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan H_1 diterima yang berarti (X_2) berpengaruh terhadap (Y). Dan untuk saluran distribusih (X_3) terhadap (Y) adalah thitung sebesar $2,906 > 1,984$ dengan sig. $0,005 < 0,05$ dapat disimpulkan H_1 diterima yang berarti (X_3) berpengaruh terhadap (Y).

Uji F

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255,659	3	85,220	57,074	,000 ^b
	Residual	143,341	96	1,493		
	Total	399,000	99			

Sumber : Output SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa uji F dapat diketahui nilai F hitung sebesar 57,074 kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel 2,70 dan Sig. $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan variabel independen berpengaruh secara simultan pada variabel dependen.

Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t hitung sebesar $3,151 > 1,984$ t tabel dan Sig $0,002 < 0,05$ disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima artinya promosi (X_1) berpengaruh signifikan pada Peningkatan Penjualan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Jadi promosi mempengaruhi peningkatan penjualan semen gresik, penjualan personal semakin melakukan pendekatan dan perlakuan yang berbeda pada setiap pelanggan maka akan semakin tinggi minat pembeli dan akan meningkatkan penjualan

Dari hasil penelitian ini terkait dengan promosi bahwa promosi yang dilakukan PT Berhasil Indonesia Gemilang melalui penjualan personal, dan masih kurang melakukan promosi iklan yang menggunakan slogan atau banner untuk menarik masyarakat umum agar semakin mengetahui produk-produk semen gresik sehingga dapat menarik konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa t hitung sebesar $3,619 > 1,984$ t tabel dan Sig. $0,000 < 0,05$ disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima artinya Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan pada Peningkatan Penjualan.

Hasil Penelitian ini menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan pada Peningkatan Penjualan. Jadi kualitas produk mempengaruhi peningkatan penjualan semen gresik semakin bagus kualitas produk maka akan semakin tinggi minat pembeli dan akan meningkatkan penjualan.

Dari hasil penelitian ini terkait dengan Kualitas Produk bahwa kualitas produk dari segi kinerja produk lebih meningkatkan komposisi bahan yang membuat bangunan lebih kokoh dari kondisi alam seperti gempa, sehingga kehandalan dari suatu produk dapat dipercaya oleh konsumen.

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Peningkatan Penjualan

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung sebesar $2,906 > 1,984$ t tabel dan Sig. $0,005 < 0,05$ disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima artinya Saluran Distribusi (X_3) berpengaruh signifikan pada Peningkatan Penjualan.

Hasil Penelitian ini menunjukkan Saluran Distribusi berpengaruh signifikan pada Peningkatan Penjualan. Jadi saluran distribusi mempengaruhi peningkatan penjualan semen gresik semakin banyak saluran distribusinya maka semakin besar permintaan barang dan akan meningkatkan penjualan.

Dari hasil penelitian ini terkait dengan Saluran Distribusi bahwa saluran distribusi semen gresik dalam melakukan pengiriman produk kurang tepat karena jadwal pengiriman pemesanan barang yang sering telat kepada pihak penyalur atau ke agen pengecer.

Simpulan

- a. Promosi mempengaruhi peningkatan penjualan yang berarti bahwa semakin baik promosi maka akan semakin tinggi minat pembeli dan akan meningkatkan penjualan.

- b. Kualitas produk mempengaruhi peningkatan penjualan yang berarti semakin bagus kualitas produk akan semakin tinggi minat pembeli dan akan meningkatkan penjualan.
- c. Saluran distribusi mempengaruhi peningkatan penjualan yang berarti bahwa semakin luas jaringan distribusinya maka semakin besar permintaan barang dan akan meningkatkan penjualan.
- d. Promosi, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh signifikan pada peningkatan penjualan semen gresik yang berarti bahwa semakin baik promosi, semakin bagus kualitas produk dan semakin luas jaringan distribusinya maka semakin besar permintaan barang dan akan meningkatkan penjualan.

Saran

a. Bagi Perusahaan :

- 1) Mengenai promosi yang dilakukan perusahaan kurang melakukan promosi iklan yang menggunakan slogan atau banner untuk menarik masyarakat umum agar semakin mengetahui produk-produk semen gresik sehingga dapat menarik konsumen.
- 2) Mengenai kualitas produk perusahaan perlu memperhatikan kualitas produk dari segi kinerja produk, dengan lebih meningkatkan komposisi bahan yang membuat bangunan lebih kokoh dari kondisi alam seperti gempa, sehingga kehandalan dari suatu produk dapat dipercaya oleh konsumen.
- 3) Mengenai saluran distribusi perusahaan harus lebih memperhatikan jadwal pengiriman barang yang sering telat kepada pihak penyalur atau ke agen pengecer, agar lebih ditingkatkan dengan cara menambah karyawan kuli dan supir truk agar pengiriman produk tepat waktu karena merupakan suatu proses penyampaian barang penyaluran produk dipasarkan ke pelanggan, pada proses saluran distribusi menjadi bagian hal yang sangat penting dari pemasaran, merupakan sistem distribusi yang dimiliki PT

Berhasil Indonesia Gemilang untuk membangun pelayanan yang lebih baik terhadap pelanggan agar memperluas jangkauan pemasaran.

- b. Bagi peneliti selanjutnya : diharapkan dapat mengungkap variabel lain yang belum diteliti dan bisa menambah variabel lain misalnya citra merek, kepercayaan merek dan harga.



DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha DH. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Ke 2. Yogyakarta. Penerbit Liberty-Yogyakarta.
- Basu Swastha. (2004). *Azas-azas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2007. *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salembang Empat.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo.
- Nasution, Drs. M.N, M.Sc. (2001). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Resa Puji Riyanto (2015). Pengaruh Brand Image, promosi dan distribusi pada Keputusan pembelian sepeda motor Honda vario. studi kasus pada konsumen trauma adiprima motor kudus. *Jurnal Ilmia Prodi Manajemen, Universitas Negeri Semarang*.
- Tjiptono. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, UGM. Penerbit BPFE.