ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Peranan Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Makmur Nanjung ". Disusun oleh Vani Widyanti Guntari (02.06.186) dengan dibimbing oleh Ibu Irma Nilasari, S.E., M.M.

Saluran distribusi merupakan salah satu komponen utama dari bauran pemasaran yang hakekatnya merupakan proses dari program pemasaran untuk mencapai sasaran dan tujuan perusahaan. Saat ini tidak sedikit perusahaan yang tidak dapat mencapai sasaran penjualannya disebabkan tidak tepatnya saluran distribusi yang digunakan. Berdasarkan pemikiran di atas, penulis melakukan penelitian pada Perusahaan Makmur Nanjung, yang berlokasi di Jalan Terusan Patengan Desa Alamendah Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung.

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kebijakan saluran distribusi, perkembangan penjualan produk dan sejauh mana peranan saluran distribusi (Variabel X) dalam meningkatkan volume penjualan (Variabel Y) pada perusahaan Makmur Nanjung.

Untuk mengetahui korelasi antara saluran distribusi dengan volume penjualan digunakan analisis koefisien korelasi *Pearson*. Hasil penelitian menggunakan korelasi *Pearson* (r) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara saluran distribusi dengan volume penjualan. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan t_{tabel} juga menunjukkan bahwa Ho ditolak, yang dapat berarti Ha diterima, yaitu menunjukkan bahwa saluran distribusi mempunyai peranan dalam meningkatkan volume penjualan. Pada analisis koefisien determinasi pengaruh atau kontribusi saluran distribusi terhadap volume penjualan sangat besar.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penulis menyarankan agar pihak Perusahaan Makmur Nanjung sebaiknya lebih memperhatikan dan mengontrol permasalahan mengenai perantara-perantara yang curang dalam melaksanakan saluran distribusinya, juga mempertahankan kondisi yang sudah dianggap baik ataupun ditingkatkan, dan memperbaiki kondisi yang dianggap kurang baik.