

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PEMBELIAN
PRODUK WAFER PADA “PT LESTARI BISCUIT FACTORY”
MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH :
STEFANDA FERANNI
NIM : 200611042

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
2010**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : STEFANDA FERANNI

NIM : 200611042

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
PEMBELIAN PRODUK WAFER PADA “PT LESTARI
BISCUIT FACTORY” MALANG

Malang, 21 Juni 2010

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIP/NIK : 190 015

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIP/NIK : 185 004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, MM, AK
NIP/NIK : 193 027

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIP/NIK : 185 004

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mengkaruniakan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PEMBELIAN PRODUK WAFER PADA PT. LESTARI BISCUIT FACTORY MALANG”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam hal ini penyusunan skripsi ini sangat banyak bantuan yang diterima penulis, baik bimbingan moral maupun dorongan dari berbagai pihak.

Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Romo Michael Agung Christiputra., O.Carm., MA selaku Rektor yang telah memberikan dukungan sepenuhnya.
2. Dra. Silvia Indrarini., MM., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang juga telah memberikan dukungan kepada penulis.
3. Drs. Cornelius Niwadolo., MM selaku Kepala Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan tentang bagaimana penulisan skripsi yang baik.
4. Dra. Anni Yudiastuti., MP selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar dan penuh pengertian memberikan bantuan, arahan dan semangat dalam menyusun skripsi ini.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

5. Bapak Slamet Notodjojo selaku Manager PT. Lestari Biscuit Factory Malang yang telah membantu dan meluangkan waktunya serta memberikan ijin untuk melakukan penelitian di perusahaan ini.
6. Bapak-Ibu Dosen yang telah memberikan banyak ilmu untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis.
7. Kedua Orangtua penulis yang selalu senantiasa memberikan doa dan dukungan.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa skripsi ini masih belum dapat dikatakan sempurna, mengingat waktu, pengetahuan, dan pengalaman penulis yang masih kurang dan terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan guna penyempurnaan skripsi ini.

Malang, Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan Skripsi	
Halaman Pengesahan Skripsi	
Halaman Surat Keterangan Penelitian	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	
Halaman Persembahan	
Halaman Riwayat Hidup	
Halaman Kata Pengantar	i
Halaman Daftar Isi	iii
Halaman Daftar Tabel	vii
Halaman Daftar Gambar	viii
Halaman Daftar Lampiran	ix
Abstraksi	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	2
BAB II LANDASAN TEORI	4
A. Hasil Penelitian Terdahulu	4
B. Landasan Teori	5
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	5
2. Pengertian Saluran Distribusi	6
3. Fungsi Saluran Distribusi	6
4. Macam-macam Saluran Distribusi	7
5. Pemilihan Saluran Distribusi	9
6. Faktor-faktor yang Memengaruhi Saluran Distribusi	10
7. Konflik yang Terjadi dalam Saluran Distribusi	12

8. Intensitas Saluran Distribusi	13
9. Kegunaan Saluran Distribusi Berganda	14
10. Distributor dan Agen	15
11. Pengertian Pembelian	16
12. Fungsi Pembelian	16
13. Tujuan Pembelian	17
14. Tahap-Tahap Proses Pembelian	17
15. Perilaku Pembeli Industri	18
16. Hubungan Antara Saluran Distribusi dan Pembelian Produk	20
C. Kerangka Pikir	20
D. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian	22
B. Ruang Lingkup Penelitian	22
C. Lokasi Penelitian	22
D. Populasi dan Sampel	22
E. Jenis dan Sumber Data	24
F. Definisi Operasional Penelitian	26
G. Metode Pengumpulan Data	26
H. Teknik Analisis Data	27
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	32
A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	32
1. Sejarah Singkat Perusahaan	32
2. Tujuan Perusahaan	32

3. Struktur Organisasi	34
4. Kegiatan Perusahaan	38
5. Proses Produksi	40
6. Hasil Produksi	44
7. Persediaan	45
8. Biaya Produksi	45
9. Pelaksanaan Manajemen Produksi	46
10. Pemasaran	46
B. KEUANGAN PERUSAHAAN	49
1. Sumber Dana	49
2. Cara Penggunaan Dana	49
C. PENYAJIAN DATA PENELITIAN	50
1. Deskripsi Karakteristik Responden	50
2. Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	53
3. Penyajian Data Jawaban Responden Hasil Kuisisioner	55
4. Pengujian Asumsi Normalitas Data	58
5. Analisis Data dan Interpretasi	61
D. Implikasi Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP	68
A. Simpulan	68
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Tabel Jumlah Karyawan PT. Lestari Biscuit Factory Malang	38
Tabel 4.2 Tabel Pendidikan Karyawan PT. Lestari Biscuit Factory Malang	39
Tabel 4.3 Tabel Kapasitas Produksi PT. Lestari Biscuit Factory Malang ...	45
Tabel 4.4 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.5 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.6 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	51
Tabel 4.7 Tabel Deskripsi Responden Lama Menjadi	

	Konsumen/Pembeli Produk	52
Tabel 4.8	Tabel Keberadaan Lokasi Dengan Perusahaan	52
Tabel 4.9	Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Item Instrumen	54
Tabel 4.10	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Saluran Distribusi	56
Tabel 4.11	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Pembelian Produk	57
Tabel 4.12	Tabel Uji Normalitas	59
Tabel 4.13	Tabel Uji Korelasi Product Momen Pearson	61
Tabel 4.14	Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Lestari Biscuit Factory Malang 35	
Gambar 4.2	Proses Produksi PT. Lestari Biscuit Factory Malang 44	
Gambar 4.3	Grafik Karakteristik Responden	53
Gambar 4.4	Grafik Uji Normalitas Data	60
Gambar 4.5	Plot Interaktif Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Pembelian Produk	65

LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lampiran Tabel Frekuensi Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuisisioner
- Lampiran 2 Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
- Lampiran 3 Lampiran Asumsi Normalitas Data
- Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran tidak dapat dilepaskan dari semua kegiatan bisnis. Kegiatan pemasaran tersebut terangkum dalam suatu rangkaian aktifitas yang dikenal dengan bauran pemasaran. Tujuan suatu kegiatan dapat tercapai dengan baik, apabila strategi bauran pemasaran dilakukan dengan tepat. Kotler (2002:17-18) mengemukakan bahwa "Bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4P, yaitu produk, harga, tempat (saluran distribusi), dan promosi".

Saluran Distribusi sebagai salah satu komponen bauran pemasaran, memegang peranan penting untuk menyalurkan hasil produksi sampai kepada konsumen. Swastha (2002:190) menjelaskan bahwa saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang sampai ke tangan konsumen atau pemakai industri.

Pendistribusian produk ke konsumen memerlukan saluran untuk memperlancar penyampaian dan untuk memastikan bahwa produk berada di tempat yang sesuai. Saluran untuk menyampaikan produk ke konsumen dikenal dengan istilah saluran distribusi atau saluran pemasaran.

Faktor-faktor yang diperhatikan dalam pelaksanaan saluran distribusi adalah faktor keuntungan dan kerugian bagi perusahaan itu sendiri. Adapun keuntungan bagi perusahaan seperti penjualan dapat dilakukan secara merata, tingkat pembelian yang semakin tinggi, dan posisi perusahaan dalam persaingan akan semakin baik. Sedangkan kerugiannya yaitu perlu adanya

penambahan dalam masalah biaya.

Saluran Distribusi yang digunakan oleh PT. Lestari Biscuit Factory Malang tergolong dalam saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Untuk saluran distribusi secara langsung yaitu dari produsen langsung ke konsumen, sedangkan untuk saluran distribusi secara tidak langsung antara lain adalah melalui agen ke konsumen dan melalui distributor ke agen ke konsumen. Penerapan saluran distribusi perusahaan PT. Lestari Biscuit Factory Malang ini dirasa kurang aktif dan kurang efektif. Hal ini berdampak pada menurunnya penjualan produk wafer yang diminta oleh konsumen. Sedangkan untuk bauran pemasaran, yaitu produk, harga dan promosi secara umum pelaksanaannya sudah cukup baik dan relatif sama dengan yang dilakukan pesaing.

Berdasarkan latar belakang di atas maka judul penelitian yang diambil adalah “PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PEMBELIAN PRODUK WAFER PADA PT LESTARI BISCUIT FACTORY MALANG”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah signifikansi pengaruh saluran distribusi terhadap pembelian produk wafer pada “PT Lestari Biscuit Factory” Malang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh saluran distribusi terhadap pembelian produk wafer “PT Lestari Biscuit Factory” Malang.

D. Manfaat Penelitian

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

1. Bagi peneliti

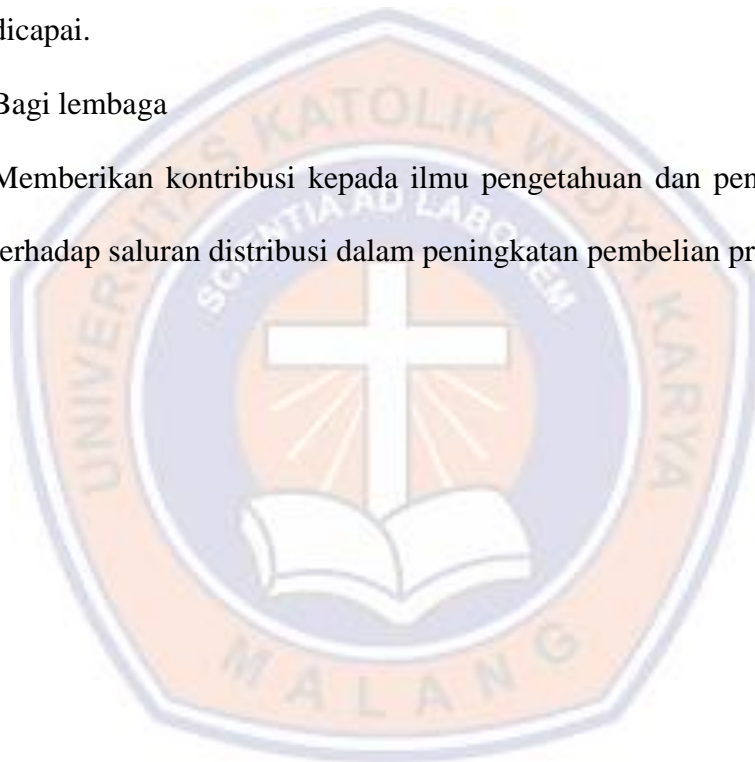
Untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh pada perusahaan dan bermanfaat untuk memperluas berpikir dalam menganalisa suatu masalah.

2. Bagi perusahaan

Sebagai dasar pertimbangan dalam rangka menentukan kebijakan yang akan diambil pada waktu mendatang, agar tujuan perusahaan dapat dicapai.

3. Bagi lembaga

Memberikan kontribusi kepada ilmu pengetahuan dan pengembangannya terhadap saluran distribusi dalam peningkatan pembelian produk.



BAB II