

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN BIAYA DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN YANG DIMODERASI
OLEH KEMASAN
(Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Es Teh
Cup di Kecamatan Cikarang Utara)**

SKRIPSI



**OLEH :
PUTRI NAURAH NAZHIFAH
112010067**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN BIAYA DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN YANG DIMODERASI
OLEH KEMASAN**
**(Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Es Teh Cup
di Kecamatan Cikarang Utara)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
PUTRI NAURAH NAZHIFAH
112010067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Putri Naurah Nazhifah

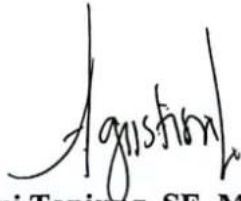
NIM : 112010067

Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Selling* dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan yang Dimoderasi oleh Kemasan (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Es Teh Cup di Kecamatan Cikarang Utara)

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 3 Juli 2024

Pembimbing,



Agustini Tanjung.,SE.,MM.,D.B.A

NIDN : 0417087108

SKRIPSI

***PENGARUH PERSONAL SELLING DAN BIAYA DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN YANG DIMODERASI
OLEH KEMASAN***

Dipersiapkan dan disusun oleh :
Putri Naurah Nazhifah
112010067

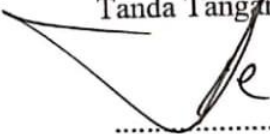
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jum'at, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji

Dr. Asral, S.E., M.M.

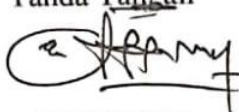
NIDN : 0417086706

Tanda Tangan


Anggota Penguji

Catur Sasi Kirono, S.H., M.M

NIDK : 8903600020

Tanda Tangan


Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yunita Ramadhani RDS,S.E.,M.Sc.

NIDN : 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti,S.E.,M.M.

NIDN : 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Naurah Nazhifah

NIM : 112010067

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa Skripsi yang saya selesaikan sepenuhnya asli karya saya untuk persyaratan Sarjana Universitas Pelita Bangsa. Berkenaan bagian-bagian dari penulisan Skripsi yang sudah saya kutip dari karya penulis lain, sumbernya telah ditulis dengan jelas dan etis sesuai dengan aturan, pedoman, dan standar penulisan ilmiah.

Saya setuju untuk menanggung segala akibat pencabutan gelar akademik saya serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku jika ternyata sebagian dari skripsi ini merupakan plagiat atau saya tidak menulis keseluruhan tulisan.

Bekasi, 3 Juli 2024

Tanda Tangan



Putri Naurah Nazhifah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tuhan tidak akan menguji hambanya melebihi kemampuannya.”
(Qs. Albaqarah 286)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).”
(Qs. Al-Insyirah :6-7)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah dan rasa sabar itu. Semua yang kamu investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan. Mungkin tidak selalu berjalan lancar, tapi gelombang tersebut yang nanti bisa diceritakan.”
(Boy Chandra)

Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada :

1. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu serta panutan yang sangat berharga bagi saya untuk masa depan saya kedepanya.
2. Ayahanda Bayu Almani Supriatna, Ibunda Ernani, Adik laki-laki saya Khasafa, Nenek saya Jamilah, dan seluruh keluarga yang selalu mendoakan serta mengiginkan yang terbaik untuk saya.
3. Fadila Ufair, Vivian Carnella, Wijayanti, Nabila Defani, Anasthasia Fransisca sahabat terdekat saya. Kemudian atasan kerja saya Pak Reynald, Pak Dedet, dan PT. Indah Yatama Air Cargo tempat saya bekerja yang telah membantu dan memberikan semangat yang luar biasa untuk mengerjakan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Personal Selling* dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan yang Dimoderasi oleh Kemasan” penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu persyaratan akhir Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa atas bantuan banyak pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan dengan tulus kepada pihak-pihak yang yang terhormat :

1. Rektor Universitas Pelita Bangsa, Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, SKM, M.M., D.B.A.
2. Dekan fakultas bisnis Universitas Pelita Bangsa, Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M., beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan dukungan baik materiil maupun moril kepada penulis.
3. Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, yang saya hormati Ibu Dr. Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E., M.Si., serta seluruh staf yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi mahasiswa.
4. Pembimbing utama, Ibu Agustini Tanjung, S.E., M.M., D.B.A., yang telah mengarahkan, meluangkan waktu, memberikan memberikan ilmu, dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi ini. Serta bersedia memberikan saran-saran untuk penyempurnaan kalimat, mulai dari awal tema penelitian hingga kesimpulan skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati, dan memberi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam mengembangkan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
6. Kedua Orang Tua tercinta penulis yang selalu mendoakan, memberi semangat, melayani penulis disaat sedang menangis dan lelah ketika sedang menjalankan penulisan penelitian. Semoga Allah selalu

memberikan kesehatan dan umur yang panjang agar kalian dapat selalu menemani penulis dalam suka maupun duka.

7. Sahabat lelaki terdekat penulis Fadila Ufair Hakim, terimakasih karena selalu menemani, melindungi, memberikan dukungan, memberikan afirmasi positif dan kasih sayang kepada penulis saat penulisan skripsi ini. Penulis sangat berterima kasih karena berkat dorongan yang diberikan akhirnya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
8. Wijayanti Rahma yang telah menemani penulis saat menyelesaikan skripsi, terimakasih karena sudah menjadi pendengar keluh kesah kehidupan penulis.
9. Nabila Defani Safitri, Vivian Carnella, Devia Apriliana, Indriyani, Anisa Layly. Dian Pebriyanti, Evi, Nafa Zatun teman terdekat penulis di bangku SMA, terimakasih karena sudah menjadi bagian berharga dalam kehidupan penulis.
10. Nisrina Fairuz Salsabila, Alifia Nur Afiani, Nadia Nurakhmaisya sahabat kecil penulis, terimakasih selalu memberikan perkataan positif semoga selalu menjadi teman hingga tua nanti.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak luput dari kesempurnaan, maka dari itu penulis amat mengharapkan masukan yang instruktif. Penulis berharap Skripsi memiliki manfaat untuk ilmu dimasa depan.

Bekasi, 3 Juli 2023

Penulis,

Putri Naurah Nazhifah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Volume Penjualan	10
2.1.1.1 Pengertian Volume.....	10
2.1.1.2 Pengertian Penjualan.....	11
2.1.1.3 Pengertian Volume Penjualan.....	11
2.1.1.4 Indikator Volume Penjualan.....	12
2.1.2 <i>Personal Selling</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Personal</i>	14
2.1.2.2 Pengertian <i>Selling</i>	15
2.1.2.3 Pengertian <i>Personal Selling</i>	15
2.1.2.4 Indikator <i>Personal Selling</i>	16
2.1.3 Biaya Distribusi	18
2.1.3.1 Pengertian Biaya.....	18
2.1.3.2 Pengertian Distrbusi.....	19
2.1.3.3 Pengertian Biaya Distribusi.....	19
2.1.3.4 Indikator Biaya Distribusi.....	21
2.1.4 Kemasan	22
2.1.4.1 Pengertian Kemasan.....	22
2.1.4.2 Indikator Kemasan.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.2.1 Jurnal Internasional	25
2.2.2 Jurnal Nasional	27

2.3	Hipotesis dan Model Penelitian	32
2.3.1	Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.2	Model Penelitian.....	36
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1	Jenis, Lokasi, Waktu, dan Desain Penelitian	38
3.1.1	Jenis Penelitian	38
3.1.2	Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.1.3	Desain Penelitian	39
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.2.1	Definisi Operasional.....	41
3.2.2	Pengukuran Variabel	42
3.3	Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Metode Pengambilan Sampel	43
3.4	Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1	Jenis Data.....	44
3.4.2	Sumber Data	45
3.4.3	Metode Pengumpulan Sampel.....	45
3.5	Metode Analisis Data.....	46
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.5.2	Analisis Inferensial.....	46
3.5.3	Pengujian Outer Model Analisis	47
3.5.4	Pengujian <i>Inner Model</i>	48
3.5.5	Uji Moderasi.....	49
3.5.6	Uji Hipotesa.....	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1	Hasil Penelitian	53
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	54
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	55
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	56
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi ...	58
4.1.9	Deskriptif Variabel Penelitian	58
4.2	Deskriptif Temuan Hasil Pengolahan Data Penelitian	68
4.2.1	Uji Kelayakan Data	68
4.2.2	Uji Analisa Data	76
4.3	Pembahasan	79
4.3.1	Pembahasan Analisa Pengaruh Variabel <i>Personal Selling</i> Terhadap Volume Penjualan.....	80

4.3.2 Pembahasan Analisa Pengaruh Variabel Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan.....	81
4.3.3 Pembahasan Analisa Pengaruh Variabel <i>Personal Selling</i> Dan Biaya Distribusi Yang Dimoderasi Oleh Kemasan Terhadap Volume Penjualan.....	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uraian Kegiatan	39
Tabel 3.2 Deskriptif Operasional Variabel	41
Tabel 3.3 Skor Kategori Skala Likert	44
Tabel 4.1 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Personal Selling</i>	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Biaya Distribusi	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptif Variabel Volume Penjualan	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kemasan	66
Tabel 4.5 Outer Loading	69
Tabel 4.6 Average Variance Extracted (AVE)	74
Tabel 4.7 Output Latent Variabel.....	74
Tabel 4.8 Construct Reliability dan Validity	75
Tabel 4.9 Path Coefficient dan P-Values	76
Tabel 4.10 Tabel R-Square	77
Tabel 4.11 Uji Validitas	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Teh Saring	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	55
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	58
Gambar 4.9 Path Diagram.....	68
Gambar 4.10 Hasil Uji Bootstrapping.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Mapping	93
Lampiran 2 Pernyataan Kuesioner	99
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	105
Lampiran 4 Titik Persentase Distribusi t.....	130
Lampiran 5 Hasil Uji Kelayakan.....	131
Lampiran 6 Similarity Check	132

***The Influence Of Personal Selling And Distribution
Costs On Sales Volume Which Is Moderate
By Packaging***

Putri Naurah Nazhifah¹
Agustini Tanjung²

Abstract

Beverage business in cup packaging is an increasing phenomenon in Indonesia due to its tropical climate. The beverage packaging served in cup packaging is very suitable for today's practical culture, the quality of safety is guaranteed because the drinks in the cup packaging are spill-proof. Tea is one type of beverage that is served in cup packaging because it is very easy to make compared to other types of drinks. Tea drink outlets are easy to find on the side of the road or mall. The purpose of this study was to determine the effect of personal selling and distribution costs on the sales volume of Iced Tea Cup. Analysis in this research data is a quantitative analysis, namely analysis expressed in numerical form. With a total population in this study of 300 respondents of UMKM Es Teh Cup, the data was collected and tested for feasibility. The method used uses SEM (regression) with the help of the SmartPLS version 3.0 program. Based on the results of the analysis and discussion, it can be concluded that 1. Personal selling carried out by the perpetrators of Micro, Small and Medium-sized Iced Tea Cup Businesses in Bekasi Regency can encourage Sales Volume. 2. Distribution costs carried out by the perpetrators of Micro, Small and Medium-sized Iced Tea Cup Businesses in Bekasi Regency can drive Sales Volume. 3. Personal Selling moderated by Packaging of Micro, Small and Medium-sized Iced Tea Cup Businesses in Bekasi Regency can drive Sales Volume, although it is relatively weak. 4. Distribution costs moderated by packaging of Micro, Small and Medium-sized Iced Tea Cup Enterprises in Bekasi Regency cannot drive Sales Volume.

Keywords: Sales Volume, Personal Selling, Distribution Cost, Packaging

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN BIAYA DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN YANG DIMODERASI
OLEH KEMASAN**

Putri Naurah Nazhifah¹
Agustini Tanjung²

ABSTRAK

Bisnis minuman dalam kemasan cup merupakan fenomena yang sedang marak di Indonesia karena memiliki iklim tropis. Kemasan minuman yang disajikan dalam kemasan cup sangat cocok dengan budaya masa kini yang serba praktis, kualitas keamanan pun terjamin karena minuman dalam kemasan cup anti tumpah. Teh merupakan salah satu jenis minuman yang disajikan dalam kemasan cup karena cara pembuatannya yang sangat mudah dibandingkan jenis minuman yang lain. Gerai minuman teh mudah dijumpai pada pinggir jalan ataupun mall. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh personal selling dan biaya distribusi terhadap volume penjualan Es Teh Cup. Analisa dalam data penelitian ini merupakan analisa kuantitatif yaitu analisa yang dinyatakan dalam bentuk angka. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 300 responden UMKM Es Teh Cup yang kemudian data dikumpulkan dan diuji kelayakannya. Metode yang digunakan menggunakan SEM (regresi) dengan bantuan program SmartPLS versi 3.0. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa 1. *Personal selling* yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Es Teh Cup di Kecamatan Cikarang Utara dapat mendorong Volume Penjualan. 2. Biaya distribusi yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Es Teh Cup di Kecamatan Cikarang Utara dapat mendorong Volume Penjualan. 3. *Personal Selling* yang dimoderasi oleh Kemasan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Es Teh Cup di Kecamatan Cikarang Utara dapat mendorong Volume Penjualan, walaupun relatif lemah. 4. Biaya distribusi yang dimoderasi oleh kemasan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Es Teh Cup di Kecamatan Cikarang Utara tidak dapat mendorong Volume Penjualan.

Kata Kunci : Volume Penjualan, *Personal Selling*, Biaya Distribusi, Kemasan