

## PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN PURCHASE ORDER (PO) TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI CV. SUFI FRESH

### *THE EFFECT OF DISTRIBUTION CHANNELS AND PURCHASE ORDERS (PO) ON SALES VOLUME AT CV. SUFI FRESH*

Oleh:

<sup>1</sup>Hanida Lutfi Afifah, <sup>2</sup>Rahmat Taufiq Dwi Jatmika, <sup>3</sup>Zuber

Email:

<sup>1</sup>[hanidalutfiafifah17@gmail.com](mailto:hanidalutfiafifah17@gmail.com), <sup>2</sup>[jatmika@unsur.ac.id](mailto:jatmika@unsur.ac.id), <sup>3</sup>[zbr.zuber@gmail.com](mailto:zbr.zuber@gmail.com)

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains Terapan, Universitas Suryakencana Cianjur

<sup>2</sup>Program Studi Administrasi Bisnis Internasional, Fakultas Sains Terapan, Universitas Suryakencana Cianjur

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Suryakencana Cianjur

#### ABSTRAK

CV. Sufi Fresh merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian yaitu supplier sayuran hortikultura. Dengan berbagai macam varietas unggul dan memiliki kualitas supplier sayuran yang baik. Tujuan penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi pada perusahaan CV. Sufi Fresh 2. Untuk mengetahui pengaruh PO terhadap volume penjualan pada perusahaan CV. Sufi Fresh 3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi dan PO terhadap volume penjualan pada perusahaan CV. Sufi Fresh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yaitu memberi gambaran dan uraian pengaruh saluran distribusi (X1), purchase order PO (X2), volume penjualan (Y), yang di analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa : 1. Variabel saluran distribusi memiliki nilai thitung yang lebih besar dari t tabel yaitu  $4.106 > 1.991$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  hal ini dapat diartikan bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh terhadap volume penjualan 2. Variabel purchase order PO memiliki nilai thitung yang lebih kecil dari t tabel yaitu  $1.523 < 1.985$  dan nilai signifikansi  $0,132 > 0,05$  meskipun purchase order PO sudah digunakan di CV. Sufi Fresh namun kenyataannya tidak begitu berpengaruh terhadap volume penjualan 3. Variabel saluran distribusi dan purchase order PO memiliki nilai fhitung yaitu  $9.412 > 3.97$  nilai signifikansi  $00,0 < 0,05$  hal ini dapat diartikan bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh terhadap volume penjualan.

Kata kunci : Saluran Distribusi, Purchase Order, Volume Penjualan

#### ABSTRACT

*CV. Sufi Fresh is a company engaged in agriculture, namely a supplier of horticultural vegetables. With various kinds of superior varieties and have good quality vegetable suppliers. The purpose of this study is to determine the effect of distribution channels on CV companies. Sufi Fresh, to determine the effect of PO on sales volume at the company CV. Sufi Fresh, to determine the effect of distribution channels and PO on sales volume at CV. Fresh Sufi. This research is descriptive quantitative research that provides an overview and description of the influence of distribution channels (X1), PO purchase orders (X2), sales volume (Y), which are analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this analysis show that: The distribution channel variable has a tcount value that is greater than the table, namely  $4,106 > 1,991$  and a significance value of 0.00*

*<0.05 this means that the distribution channel has an influence on sales volume, Purchase order variable The PO value has a tcount that is smaller than the table, namely  $1,523 < 1,985$  and a significance value of  $0.132 > 0.05$  even though the purchase order PO has been used in the CV. Sufi Fresh but in reality it does not really affect sales volume.*

*Keywords: Distribution channel, Purchase Order, Selling volume*

## PENDAHULUAN

Hortikultura pertanian itu hal yang sangat penting karena dapat meningkatkan nilai penjualan dan pemasaran secara global. Salah satu keunggulan yang dapat diperoleh dalam meningkatkan kesejahteraan para petani hortikultura itu dengan adanya pelatihan dalam menggunakan sistem informasi pemasaran dapat membantu para petani untuk membuat alternatif dalam mata pencaharian. Istilah hortikultura yaitu terkenal pada abad 17, berawal dari Italia dan Eropa Tengah. Tanaman hortikultura terbagi dari jenis tanaman perkebunan, tanaman pangan, dan tanaman lainnya. Hortikultura berasal dari bahasa latin yaitu *hortus* yang berarti kebun dan *cultura* yang berarti budidaya. Hortikultura merupakan ilmu atau seni dalam bercocok tanam dan memerlukan pemeliharaan khusus, bercocok tanam dilakukandi perkebunan atau pekarangan.

Sejarah hortikultura di Indonesia saat ini yang terjadi karena adanya perubahan gaya hidup dan pandangan terhadap pangan masyarakat Indonesia di masa yang akan datang itu akan berubah. Karakter pada konsumen yang terjadi pada masa depan sudah mulai dirasakan pada saat ini karena tuntutan konsumen terhadap keamanan, nilai gizi, cita rasa, maupun ketersediaan pangan komoditas hortikultura meningkat pesat. Permintaan komoditas hortikultura cenderung meningkat. Menurut (Zulkarnain, 2010) hortikultura ialah disiplin dalam pengetahuan dalam arti pertanian yang memiliki spesifikasi terhadap adanya proses pembelajaran tentang budidaya sayuran, buah-buahan, bunga-bunga, dan tanaman hias.

## METODE PENELITIAN

Waktu yang diperlukan untuk penelitian ini yaitu kurang lebih pada bulan januari – juni karena digunakan untuk mengumpulkan data kemudian 1 bulan selanjutnya digunakan untuk pengolahan data termasuk penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung. Penelitian dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di CV Sufi Fresh, perusahaan ini bergerak di bidang hortikultura sayuran. Penelitian ini berlokasi di kecamatan Cipanas, Kabupaten Cianjur, Kampung GBO Rt 03 Rw 13 Jawa barat. Pemilihan lokasi perusahaan sangat penting dalam menentukan kelangsungan dan keberhasilan suatu usaha dalam menjalankan produksinya

Tabel 1. Operasional Variabel

Atribut Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Saluran Distribusi (X1)	Abubakar dan Rusydi (2018) saluran distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.	1. Saluran pemasaran 2. Cakupan pemasaran 3. Lokasi/mudah dijangkau 4. Persediaan / kelengkapan produk 5. transportasi	Ordinal
(PO) Purchase order (X2)	Siahaya (2013) mengartikan <i>purchase order</i> adalah bentuk kontrak antara pengguna dengan pemasok barang dalam pelaksanaan pengadaan barang.	a. Fungsi bagi perusahaan b. Pelaku c. Isi dokumen pada <i>purchase order</i> d. Jenis <i>purchase order</i> blanket.	Ordinal
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan ialah sebagai usaha dalam mempromosikan produk atau jasa yang ditujukan untuk mencapai keinginan pada perusahaan tersebut, oleh karena itu berarti volume penjualan merupakan faktor kunci bagi kelangsungan hidup perusahaan di era globalisasi saat ini (Firdaus, 2015).	1. kualitas barang 2. Mencapai volume penjualan 3. Mendapatkan laba 4. Menunjang pertumbuhan 5. Pelayanan terhadap pelanggan	Ordinal

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum CV. Sufi Fresh

Perusahaan CV. Sufi Fresh merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian yaitu supplier sayuran hortikultura. CV. Sufi Fresh bertempat di kecamatan Cipanas, kabupaten Cianjur, kampung GBO rt 03 rw 13 Jawa Barat. Sayuran yang diproduksi mencakup beberapa jenis sayuran yang ditanam sendiri diantaranya bawang daun, cabe, kol, sawi, tomat, selada. Adapun beberapa macam sayuran order di petani lain seperti pokcoy, poling, kacang panjang, jahe, lobak, dan lain-lain. Perusahaan CV. Sufi Fresh didirikan pada tahun 2010 oleh bapak Dadang Khoruludin. Pada saat itu, perusahaan melihat peluang pasar (HORECA) di Jakarta yang dimana kebutuhan

sayuran disana sangat tinggi. Pada tahun berikutnya sudah mempunyai nomor pokok wajib pajak (NPWP). Nama CV. Asal muasal nama perusahaan tersebut diambil dari nama anaknya Sufi pemilik perusahaan CV ini.

CV. Sufi fresh hanya sebagai pedagang besar atau pengepul sayuran dimana sayuran yang diterima hanya dibersihkan saja dan di kemas ulang agar sayuran tidak cepat layu pada saat sampai ke tangan konsumen dan menjalin mitra dengan beberapa wilayah seperti Jakartadan Bandung.

### Analisis Hasil

#### Penelitian Uji Validitas

Dalam pengukuran nilai validitas pada penelitian ini menggunakan 80 responden yang merupakan konsumen perusahaan CV. Sufi Fresh, dengan menggunakan *Software* SPSS Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevaliditan angket atau kuesioner dalam mengumpulkan data. Uji validitas digunakan dengan rumus kolerasi bivariare person dengan alat bantu program SPSS.

Item angket dalam uji validitas dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada nilai signifikan 5% sebaliknya item dinyatakan tidak valid  $r_{hitung} < r_{tabel}$  pada nilai signifikan 5%.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid tidaknya suatu data. Data dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan menggunakan rumus  $df = n - k$  dengan demikian diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar  $80 - 2 = 18 = 0.2172$  Adapun ringkasan hasil uji validitas sebagaimana data dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.1 Uji Validitas Saluran Distribusi (X1)**

Item Pertanyaan	r hitung	cut off	Keterangan
X1.1	0.544	0.220	Valid
X1.2	0.664	0.220	Valid
X1.3	0.731	0.220	Valid
X1.4	0.689	0.220	Valid
X1.5	0.584	0.220	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas bahwa r hitung yang paling terbesar untuk variabel saluran distribusi X1 yaitu di nomor tiga dengan pertanyaan “ membeli sayuran di CV. Sufi Fresh karena memiliki lingkungan yang bersih” karena memiliki t hitung 0.731 > t tabel 0.2172 dinyatakan valid, sedangkan nilai t hitung terkecil yaitu di nomor satu dengan pertanyaan “ produk sayuran yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan maka langsung diganti dengan produk yang sesuai” karena memiliki t hitung 0.544 > t tabel 0.2172 dinyatakan valid.

**Tabel 4.2 Uji Validitas Purchase Order PO (X2)**

Item Pertanyaan	r hitung	cut off	Keterangan
X2.1	0.436	0.220	Valid
X2.2	0.318	0.220	Valid
X2.3	0.516	0.220	Valid
X2.4	0.416	0.220	Valid
X2.5	0.253	0.220	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Dari tabel di atas bahwa r hitung yang paling besar untuk variabel PO (*purchase order*) X2 yaitu di nomor tiga dengan pertanyaan “semakin spesifik pesanan maka semakin banyak juga rincian yang disertakan dan itu akan membuat kegiatan pemesanan pembelian lebih efektif” karena memiliki t hitung  $0.516 > t$  tabel  $0.2172$  dinyatakan valid, sedangkan nilai t hitung terkecil yaitu di nomor lima dengan pertanyaan “sebelum mengirimkan PO purchase order pastikan pesanan sesuai dengan tujuan” karena memiliki t hitung  $0,253 > t$  tabel  $0.2172$  dinyatakan valid.

**Tabel 4.3 Uji Validitas Volume Penjualan (Y)**

Item Pertanyaan	r hitung	cut off	Keterangan
Y1	0.696	0.220	Valid
Y2	0.685	0.220	Valid
Y3	0.684	0.220	Valid
Y4	0.579	0.220	Valid
Y5	0.562	0.220	Valid
Y6	0.581	0.220	Valid
Y7	0.659	0.220	Valid
Y8	0.390	0.220	Valid
Y9	0.731	0.220	Valid
Y10	0.364	0.220	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Dari tabel di atas bahwa r hitung yang paling besar untuk variabel volume penjualan Y yaitu di nomor sembilan dengan pertanyaan “tertarik membeli sayuran di CV. Sufi Fresh untuk dijadikan Supplier” karena memiliki t hitung  $0.731 > t$  tabel  $0.2172$  dinyatakan valid, sedangkan nilai t hitung terkecil yaitu di nomor sepuluh dengan pertanyaan “penentuan harga CV. Sufi Fresh ditentukan dengan kualitas dan harga pasaran yang ada” karena memiliki t hitung  $0,364 > t$  tabel  $0.2172$  dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

	Cronbach's Alpha	Cronbach's Acceptable	Keterangan
SALURAN DISTRIBUSI (X1)	0.866	0.50	Reliabel
PURCHASE ORDER (X2)	0.510	0.50	Reliabel
VOLUME PENJUALAN (Y)	0.851	0.50	Reliabel

Menurut [Joko Widiyanto, 2010:43] menjelaskan bahwa data dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > r tabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien alpha cronbach untuk variabel saluran distribusi (X1) sebesar 0.866 dinyatakan reliabel, puchas Sumber : Hasil olah data SPSS 25 order (X2) sebesar 0.510 dinyatakan reliabel, dan volume penjualan (Y) sebesar 0.851 dinyatakan reliabel dengan Cronbach's Alpha Acceptable 0.50.

**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

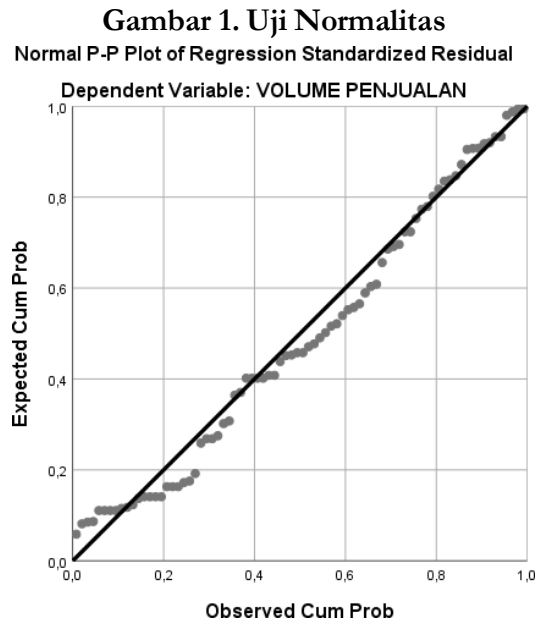
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.65451836
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.066
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.167 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test di dapat data berikut berjumlah:Jumlah data 80, normal parameters 0,000. Dan nilai menunjukkan bahwa Nilai Sig. yaitu 0,167 lebih besar dari 0,05 Data penelitian berdistribusi Normal. Pengujian normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada gambar diatas. Nilai Sig. yaitu 0,167 lebih besar dari 0,05 Data penelitian berdistribusi

Normal.

Berdasarkan hasil pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi di atas 0,05 yaitu sebesar 0,167. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Normal Probability plot-nya sebagai berikut:



Berdasarkan gambar di atas pada gambar di atas terlihat bahwa titik-titik yang ada mendekati garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model fit atau baik dan dapat dinyatakan pula bahwa distribusi data residual normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antara variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai VIF di sekitar angka 1 atau memiliki tolerance mendekati 1, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi.
- 2) Jika koefisien korelasi antara variabel bebas kurang dari 0.5, maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	6.931	4.496		1.542	.127		
SALURAN DISTRIBUSI	.591	.139	.405	4.234	.000	.867	1.153
PURCHASE ORDER	.879	.242	.348	3.637	.000	.867	1.153

Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Dari hasil perhitungan Uji Multikolinearitas yaitu:

1. Berdasarkan nilai Tolerance Variable X1 dan X2 :  
 $0,867 > 0,10$  Tidak terjadi gejala multikolinearitas
2. Berdasarkan VIF variable X1 dan X2 :  
 $1,153 > 0,10$  Tidak terjadi gejala multikolinearitas

#### Uji Heteroskedastisitas

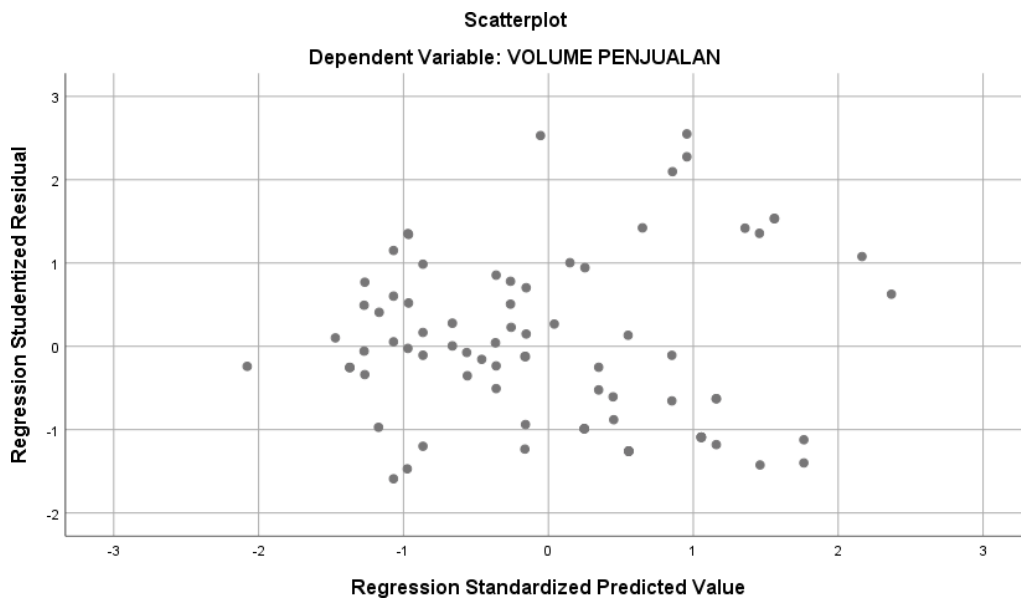
Ada dua cara pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan menggunakan metode grafik dan metode statistik. Metode grafik biasanya dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya.

#### Berdasarkan analisis output scatterplots:

- a. Titik data menyebar di atas dan di bawah 0
- b. Titik tidak berkumpul
- c. Penyebaran titik tidak membentuk pola bergelombang melebar menyempit dan melebar kembali
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola



**Gambar 2. Heteroskedastisitas**



Dengan melihat grafik scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan (Aman).

**Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi menggunakan metode COCHRANE ORCUTT. Uji durbin watson adalah uji autokolerasi yang menilai adanya autokolerasi pada residual. Uji durbin watson akan menghasilkan nilai durbin watson tabel yaitu durbin upper (DU) dan durbin lower (DL). Dikatakan tidak terdapat autokolerasi jika nilai  $DW > DU$  dan  $(4-DW) > DU$  atau bisa dnotasikan juga sebagai berikut :  $(4-DW) > DU < DW$ . Untuk menentukan auto kolerasi negatif atau positif.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.446 <sup>a</sup>	.199	.177	2.60838	2.065

- a. Predictors: (Constant), LAG\_X2, LAG\_X1  
 b. Dependent Variable: LAG\_Y

Berdasarkan hasil uji autokolerasi diatas maka dapat diketahui  $1,00 < DW < 3,00 = 1,00 < 2,065 \leq 3,00$  yang berarti tidak ada autokorelasi.

Model Regresi :

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + B_nX_n + e$$

$$6,523 + 0,586X_1 + 0,257X_2 + e$$

Ringkasan Uji Regresi			
Variable	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
Konstanta	6,523		
X1	0,586	4.106	0,000
X2	0,257	1.523	0,000
F hitung	= 9,412		
R Square	= 0,199		

### Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X1 dengan Y dan X2 dengan Y, apakah variabel X1 (saluran distribusi) benar-benar berpengaruh terhadap Y (volume penjualan) secara terpisah atau parsial dan apakah X2 (purchase order PO) benar-benar berpengaruh terhadap Y (volume penjualan) secara terpisah atau parsial. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  atau t hitung  $> t$  tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y dan nilai signifikansi  $> 0,05$  atau t hitung  $< t$  tabel maka tidak berpengaruh X terhadap Y. Adapun rumus mencari t tabel sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2) : (n-k-1) = (0,05/2) : (80-2-1=77) = 1991$$

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.523	1.546		4.221	.000
	LAG_X1	.586	.143	.422	4.106	.000
	LAG_X2	.257	.169	.156	1.523	.132

Dependent Variable: LAG\_Y

**Persamaan regresi linear berganda :  $Y = 6.523 + 0,586X_1 - 0,257X_2 + e$**

**1. Pengaruh saluran distribusi (X1) terhadap volume penjualan (Y)**

Untuk melihat pengaruh saluran distribusi (X1) terhadap volume penjualan (Y). Dapat dilakukan dengan analisis sebagai berikut: Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu  $4.106 > 1.991$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dengan demikian pengaruh yang signifikan dari variabel saluran distribusi (X1) terhadap volume penjualan (Y).

**2. Purchase order PO (X2) terhadap volume penjualan (Y)**

Untuk melihat pengaruh purchase order PO (X2) terhadap volume penjualan (Y) dapat dilakukan dengan analisis sebagai berikut : Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung < t tabel yaitu  $1.523 < 1.985$  dan nilai signifikansi  $0,132 > 0,05$ . Dengan demikian tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel saluran distribusi (X1) terhadap volume penjualan (Y).

**Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)**

Uji F merupakan uji secara bersama-sama atau simultan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel saluran distribusi (X1) purchase order PO (X2) dan volume penjualan (Y). Jika nilai signifikansi < 0,05 atau Fhitung > Ftabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y dan nilai signifikansi < 0,05 atau Fhitung > Ftabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128.072	2	64.036	9.412	.000 <sup>b</sup>
	Residual	517.078	76	6.804		
	Total	645.150	78			

- a. Dependent Variable: LAG\_Y
- b. Predictors: (Constant), LAG\_X2, LAG\_X1

**Adapun rumus mencari F tabel = F (k) : a (n:k) : (80-3=77) = 3.97**

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai f hitung yaitu  $9.412 > 3.97$  nilai siginifikansi  $00,0 < 0,05$ . Dengan demikian ada pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama serta signifikansi dari variabel saluran distribusi (X1) dan Purchase order PO (X2) terhadap volume penjualan (Y). maka dari itu H1 diterima dan H0 ditolak.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama- sama terhadap variabel independent (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel dependen R<sup>2</sup> sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

**Model Summaryb**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.446 <sup>a</sup>	.199	.177	2.60838	2.065

- a. Predictors: (Constant), LAG\_X2, LAG\_X1
- b. Dependent Variable: LAG\_Y

Berdasarkan tabel di atas diketahui jika R square sebesar 0,199 hal tersebut mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Y sebesar 17,7% sedangkan sisanya 82,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

**Hipotesis Statistik:**

1. H1 : diterima, karena t hitung > t tabel yaitu  $4.106 > 1.991$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ .
2. H2 : tidak diterima, karena t hitung < t tabel yaitu  $1.523 < 1.985$  dan nilai signifikansi  $0,132 > 0,05$ .
3. H3 : diterima, karena t hitung > t tabel yaitu  $9.412 > 3.97$  nilai signifikansi  $00,0 < 0,05$ .

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN PURCHASE ORDER (PO) TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI CV. SUFI FRESH”. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran distribusi berpengaruh positif terhadap volume penjualan di CV. Sufi Fresh
2. *Purchase order* (PO) tidak berpengaruh positif terhadap volume penjualan di CV. Sufi Fresh
3. Saluran distribusi dan *purchase order* (PO) berpengaruh positif terhadap volume penjualan di CV. Sufi Fresh

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

1) CV. Sufi Fresh

Hendaknya lebih mengembangkan kerja sama dengan pihak lain yang lebih mampu dalam penyaluran barang dan meningkatkan volume penjualan untuk mendapatkan labayang lebih besar.

2) Pihak saluran distribusi

Mampu mempercepat proses penjualan ke pasar, sehingga distribusi tidak terhenti dan akan terus mengalir dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen pun akan lebih percaya lagi dalam pemesanan barang nantinya.

3) Untuk peneliti selanjutnya

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan judul karya ilmiah ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Andrian, A. (2018). Dampak Promosi, Brand Awareness Dan Pemilihan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Sakit Kepala. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNLAT*, 3(2), 165– 174. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.10>.
- Ariffin, K. B., Ningrum, D. A., & Mahmudah, S. (2021). *Purchase Order Analysis Imported Goods in PT . XYZ*. <https://doi.org/10.4108/eai.17-7-2019.2302908>
- Berata. (2014). *solusi Pelaksanaan Pengawasan Purchase Order Pada PT Showa Indonesia*. Best, E., & Guidelines, P. (2011). *BAB I PENDAHULUAN A . Latar Belakang Penelitian*. 1–10.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*.
- Danang. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sunyoto,.
- Dewi dan kristanto. (2013). *Akuntansi biaya*.
- Etzel. (2013). *TINJAUAN DISTRIBUSI PRODUK PT. JAYA PUTRA SEMESTA*.
- Etzel dan Stanton. (2013). *Jurnal Administrasi. Bisnis (JAB). Vol. 26 No. 1. 2013*.
- Firdaus, P. N. (2015). Bauran Komunikasi Pemasaran “Hijabmurahsby” Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *UIN Sunan Ampel Surabaya*, 24–51. Fauzi. (2004). *Konomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*.
- Fitri Nurmawati. (2014). *PENGARUH PENGGUNAAN MULTIMEDIA*
- Handoko. (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Hasibuan. (2017). *manajemen sumber daya manusia*.
- Husaini Usman. (2008). *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan – Ed.2, Cet*.
- Isjanto. (2012). *Buku Sunyoto, D*.