

ABSTRAK

Mulyani, Wina Tri. 2021. Skripsi. **Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Air Mineral Merek Osmo Probolinggo.** Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada agen dan *retailer* (pengecer) Air Mineral Merek Osmo di Probolinggo berdasarkan data terbaru dari produsen Air Mineral Osmo, yaitu UD. Lingga Mas pada tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan saluran distribusi secara simultan maupun parsial terhadap volume penjualan Air Mineral Merek Osmo Probolinggo.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Jumlah sampel sebanyak 43 responden dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan *skala likert*. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan *SPSS 25.0 for Windows*.

Hasil penelitian menyatakan bahwa promosi dan saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan Air Mineral Merek Osmo Probolinggo baik secara simultan maupun parsial dengan nilai sig. $F = 0,000 < 0,03$ dan nilai sig. t untuk masing-masing variabel promosi dan saluran distribusi adalah sig. $t = 0,018 < 0,03$ dan sig. $t = 0,000 < 0,03$. Berdasarkan hasil penelitian, 55,7% volume penjualan dipengaruhi oleh promosi dan saluran distribusi. Sedangkan, sisanya sebesar 44,3% volume penjualan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa saluran distribusi yang berpengaruh dominan atau memiliki pengaruh paling besar terhadap volume penjualan Air Mineral Merek Osmo Probolinggo dengan nilai koefisien beta (β) sebesar 0,606. Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan promosi dan saluran distribusinya agar dapat meningkatkan volume penjualan.

Kata-kata Kunci: Promosi, Saluran Distribusi, dan Volume Penjualan.

ABSTRACT

*Mulyani, Wina Tri. 2021. Thesis. **The Effect of Promotion and Distribution Channels on the Sales Volume of Osmo Mineral Water's Brand Probolinggo.** Management Study Program. Faculty of Economics. Panca Marga University Probolinggo.*

This research was conducted on agents and retailers of Osmo Mineral Water's Brand in Probolinggo based on the latest data from Osmo Mineral Water's company, namely UD. Lingga Mas in 2021. This research aims to determine the effect of promotion and distribution channels simultaneously and partially on the sales volume of Osmo Mineral Water's Brand Probolinggo.

This research uses quantitative research with survey method. Total samples is 43 respondents by using saturated sampling method. The research instrument used a questionnaire with likert scale. Data analysis method used multiple linear regression analysis and processed with SPSS 25.0 for Windows.

The results of this research indicate that promotion and distribution channels affect the sales volume of the Osmo Mineral Water either simultaneously or partially with sig. $F = 0.000 < 0.03$ and the value of sig. t for promotion and distribution channel is sig. $t = 0.018 < 0.03$ and sig. $t 0.000 < 0.03$. Based on the result of this research, 55.7% of sales volume is influenced by promotion and distribution channels. Meanwhile, 44.3% of sales volume is influenced by other variables not examined in this research. The results also shows that the distribution channel has the most dominant influence or has the greatest influence on the sales volume of Osmo Mineral Water with beta coefficient value (β) 0.606. The company should pay attention to their promotion and distribution channels in order to increase sales volume.

Keywords: *Promotion, Distribution Channel, and Sales Volume.*