

**PENGARUH *DIRECT SELLING*, KETEPATAN SALURAN
DISTRIBUSI DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP
VOLUME PENJUALAN ORIFLAME**

(Studi Kasus Terhadap *Direct Selling* Oriflame di Daan Mogot Jakarta Barat)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Rahni Wijayanti

NIM : 43113010205

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahni Wijayanti

Nim : 43113010205

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Maret 2017
UNIVERSITA
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Maret 2017
METERAI
TEMPEL
609825P87 12/2013
5000
5000
RAHNI WIJAYANTI
Rahni Wijayanti

NIM : 43113010205

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahni Wijayanti
NIM : 43113010205
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Direct Selling*, Ketepatan Saluran Distribusi Dan Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Oriflame. (Studi Kasus Terhadap *Direct Selling* Oriflame di Daan Mogot Jakarta Barat).

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



Yennida Parmariza, S. Sos., MM

Agus Ariyanto, SE., MM

Tanggal : 30-8-2017

Tanggal : 29-8-2017

Dekan

Ketua Program Studi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, AK., M.Si., CA

Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 30-8-2017

Tanggal: 30/8-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Direct Selling*, Ketepatan Saluran Distribusi dan Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Terhadap *Direct Selling* Oriflame di Daan Mogot Jakarta Barat)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Yennida Parmariza.S.Sos.,MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, MM.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua saya Mukijo (Miki) dan Fatonah yang senantiasa memberikan kasih sayang dan cintanya, serta tak pernah berhenti untuk mendoakan dan memberikan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan inspirasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua kakak saya, Eka Novianti S.E., Erawati S.Kom., dan kedua keponakanku yang lucu Moch Reissa dan Reihan yang selalu menjadi motivasi dan semangat belajar dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Pak lek tersayang Jemangat (Jum), pak dek Katwarli, Bulle Rochati, Budde Yermi, dan Deva Pradipta S.Kom. (Kakak Ipar) yang selalu menjadi motivasi dan semangat belajar dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat kecilku Indra Maenanta Sarah Uti A.Md.Per. dan Annisahana S.E. yang selalu memberikan semangat, bantuan dan doa untuk penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman teman satu perjuangan di kampus ini kepada Istiqomah, Nurul Permata Indah, Putri Hardiyanti, Resti Meilani, Rifda Adilla, Dina Febriana, Neno Syifa Fauziah, Dona Wardani, Rissa Restu, Nurkhadija Di kampus inilah kita saling mengenal, melalui banyak hal, baik itu

menyenangkan ataupun tidak, Yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Seluruh teman- teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2013 yang saya tidak bisa sebutkan satu-satu.

11. Seluruh Pengawai Staf TU Fasilkom , Staf Perpustakaan dan Staf TU Pasca Sarjana, Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan perhatian dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

MERCU BUANA

Jakarta, 20 Maret 2017

Rahni Wijayanti

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian.....	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Definisi Pemasaran	13
2. <i>Direct Selling</i>	13
3. Saluran Distribusi	15
4. Harga.....	35
5. Pengertian Volume Penjualan.....	38
6. Hubungan Antara Variabel	39
7. Peneliti Terdahulu.....	41
B. Rerangka Konseptual	46
C. Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	48
1. Waktu Penelitian.....	48
2. Tempat Penelitian	48
B. Desain Penelitian.....	49
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	49
1. Definisi Operasional Variabel	49
D. Pengukuran Variabel	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian	52
1. Populasi Penelitian.....	52
2. Sampel Penelitian	52

F. Teknik Pengumpulan Data	55
G. Metode Analisis.....	56
1. Analisis Deskriptif	56
2. Uji Kualitas Data	56
a. Uji Validitas	56
b. Uji Reabilitas.....	58
3. Uji Asumsi Klasik.....	58
a. Uji Normalitas	59
b. Uji Multikolonieritas	59
c. Uji Heteroskedastisitas	59
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
5. Uji Hipotesis	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
1. Tempat Waktu Penelitian.....	67
2. Karakteristi Profil Responden.....	67
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	69
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	71
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel	73
1. Hasil Uji Analisa Deskriptif Statistik	73
2. Hasil Uji Analisa Deskriptif <i>Direct Selling</i>	74
3. Hasil Uji Analisa Deskriptif Variabel Penetapan Saluran Distribusi	75
4. Hasil Uji Analisa Deskriptif Variabel Penetapan Harga.....	76
5. Hasil Uji Analisa Deskriptif Variabel Volume Penjualan.....	78
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	79
1. Hasil Uji Validitas	80
2. Hasil Uji Reabilitas	80
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	81
1. Hasil Uji Normalitas	81
2. Hasil Uji Multikolonieritas	82
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
E. Hasil Uji Analisis Linier Berganda	84
F. Hasil Uji Hipotesis	86
1. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	86
2. Uji Parsial dengan T-Test	87
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	92
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA	95
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Tabel Top 10 Merek Kosmetik Terbaik Pada Tahun 2015.....	6
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	41
3.1	Tabel Operasional Variabel.....	50
3.2	Tabel Instrumen Skala Likert.....	52
3.3	Tabel Koefisien Determinasi.....	63
4.1	Tabel Hasil Uji Analisa Deskriptif Statistik.....	73
4.2	Tabel Hasil Uji Analisa Deskriptif Variabel Direct Selling.....	74
4.3	Tabel Hasil Analisa Deskriptif Variabel Penetapan Saluran Distribusi.....	75
4.4	Tabel Hasil Analisa Deskriptif Variabel Penetapan Harga	76
4.5	Tabel Hasil Uji Deskriptif Variabel Volume Penjualan.....	78
4.6	Tabel Hasil Uji Validitas.....	79
4.7	Tabel Hasil Uji Reabilitas	80
4.8	Tabel Hasil Uji Multikolonieritas	82
4.9	Tabel Hasil Uji Analisa Linier Berganda.....	84
4.10	Tabel Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	86
4.11	Tabel Hasil Uji Parsial Dengan T-Test	87
4.12	Tabel Hasil Uji Determinasi (R^2).....	89

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar data penjualan Oriflame	10
2.1 Gambar Saluran Distribusi untuk Barang Konsumen.....	19
2.2 Gambar Saluran Distribusi untuk Barang Industri.....	20
4.1 Gambar Jenis Kelamin Responden	68
4.2 Gambar Berdasarkan Usia	69
4.3 Gambar Berdasarkan Pekerjaan	70
4.4 Gambar Berdasarkan Penghasilan	72
4.5 Gambar Hasil Uji Normalitas	81
4.6 Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	98
Lampiran 2	Hasil Kuesioner.....	102
Lampiran 3	Hasil Karakteristik Responden	117
Lampiran 4	Hasil Output Uji Asumsi Klasik	121
Lampiran 5	Uji Deskriptif Karakteristik Responden	127
Lampiran 6	Uji Deskriptif Variabel Frekuensi Jawaban.....	130
Lampiran 7	Uji Deskriptif Variabel	142
Lampiran 8	Uji Regresi Uji Hipotesis dan Uji KD	143
Lampiran 9	Uji Validitas dan Reabilitas Direct Selling.....	146



UNIVERSITAS
MERCU BUANA