

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *direct selling*, ketepatan saluran distribusi, penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Oriflame. Baik secara simultan maupun secara parsial dan dilakukan terhadap 100 responden di Daan Mogot Oriflame Jakarta Barat. Dengan menggunakan pendekatan dekskriptif kuantitatif. Karena itu analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda. Sampel yang diambil adalah para member Oriflame di Daan Mogot Jakarta Barat yang merupakan para penjual langsung (*Direct Selling*) dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu dalam mengambil sampel tersebut merupakan konsumen atau member pada produk Oriflame. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel *direct selling*, ketepatan saluran distribusi, penetapan harga berpengaruh terhadap volume penjualan Oriflame di Daan Mogot Jakarta Barat. Hal ini membuktikan dari uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji T) juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *direct selling*, ketepatan saluran distribusi, dan penetapan harga terhadap volume penjualan Oriflame di Daan Mogot Jakarta Barat.

Kata kunci: *direct selling*, saluran distribusi, penetapan harga, volume penjualan Oriflame.



ABSTRACT

This study aims to determine whether direct selling variables, distribution channel accuracy, pricing influence significant effect on sales volume Oriflame. Both simultaneously and partially and performed on 100 respondents in Daan Mogot Oriflame West Jakarta. Using a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test. The samples taken are Oriflame members in Daan Mogot West Jakarta who are direct sellers by using purposive sampling method that is sampling technique based on consideration or certain criteria in taking the sample is a customer or member on Oriflame product. The results of this study show that partially and simultaneously, direct selling variables, distribution channel accuracy, pricing influence on Oriflame sales volume in Daan Mogot West Jakarta. This proves from the simultaneous test (F test) and the partial test result (T test) also shows the significant value of the three independent variables that support the hypothesis. Therefore, the test result of this research stated that there is simultaneous influence between direct selling variables, distribution channel accuracy, and pricing on Oriflame sales volume in Daan Mogot West Jakarta.

Keywords: direct selling, distribution channel, pricing, Oriflame sales volume.

