

ABSTRAK

ZENITHYA LATZUBA. Analisis Rencana Strategis, Seleksi dan Pelaksanaan Saluran Distribusi Serta E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus PT. Danitama Niagaprima). Di bawah bimbingan Bapak Dr. Yayat Sujatna, S.E., M.Si

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh rencana strategis, seleksi dan pelaksanaan saluran distribusi serta e-commerce terhadap penjualan produk. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan PT. DNP yang telah memiliki media sosial dan melihat promosi melalui akun individu dengan jumlah kurang lebih 1000 orang. Sampel minimum yang dibutuhkan penelitian adalah sebanyak 10% dari total populasi yaitu sebesar 100 orang. Pada penelitian ini terdapat 104 orang sampel yang mengisi kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel rencana strategis berpengaruh positif terhadap penjualan produk yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,174. Variabel seleksi berpengaruh positif terhadap penjualan produk yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,143. Variabel pelaksanaan saluran distribusi berpengaruh positif terhadap penjualan produk dengan nilai koefisien regresi 0,136. Variabel e-commerce berpengaruh positif terhadap penjualan produk dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,169. Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap penjualan produk di PT. DNP. Pengaruh yang ditimbulkan adalah sebesar 0,672 atau 67,2% artinya variabel bebas mampu mempengaruhi perubahan penjualan produk sebesar 67,2%.

Kata Kunci : rencana strategis, seleksi, saluran distribusi, e-commerce, penjualan produk