

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN
OBAT HEWAN PADA PT. ROMINDO PRIMA VETCOM
CABANG SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh:

**Puji Ariani
H2D 004 177**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2009**

RINGKASAN

PUJI ARIANI. H2D 004 177. 2009. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Obat Hewan pada PT. Romindo Primavetcom Cabang Semarang (*Factors which Influence Sales Level of Animal Medicines at PT. Romindo Primavetcom Semarang Branch*). (Pembimbing: **EDY PRASETYO** dan **KUSTOPO BUDIRAHARJO**)

Penelitian ini bertujuan 1). untuk mengetahui trend penjualan obat hewan PT. Romindo Primavetcom Cabang Semarang dan 2) mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat penjualan yang meliputi jumlah item produk, jumlah pembeli, biaya promosi dan biaya distribusi. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 1 sampai 30 Maret 2009 di PT. Romindo Primavetcom Cabang Semarang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah metode observasi dan wawancara langsung. Data-data tersebut berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung dengan responden yaitu pimpinan, manager, dan staf karyawan perusahaan yang berpedoman pada kuesioner. Data sekunder diperoleh dari catatan pembukuan di PT. Romindo Primavetcom Cabang Semarang 36 bulan terakhir yang meliputi jumlah item produk, jumlah pembeli, biaya promosi dan biaya distribusi.

Berdasarkan hasil perhitungan trend penjualan diperoleh persamaan $Y = 887303111,149 + 18979906,885X$, artinya terdapat kecenderungan peningkatan penjualan dari waktu ke waktu. Sedangkan analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = -37.239.163 + 0,073 X_1 + 0,175 X_2 + 0,483 X_3 + 0,349 X_4$. Besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,625 artinya 62,5% variasi tingkat penjualan (Y) dapat dijelaskan oleh variasi yang terdapat pada variabel jumlah item produk (X_1), jumlah pembeli (X_2), biaya distribusi (X_3), dan biaya promosi (X_4). Sedangkan 37,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah waktu secara positif berpengaruh terhadap tingkat penjualan, secara serempak jumlah item produk (X_1), jumlah pembeli (X_2), biaya distribusi (X_3), dan biaya promosi (X_4) berpengaruh sangat nyata terhadap tingkat penjualan (Y). Secara parsial biaya distribusi (X_3) dan biaya promosi (X_4) berpengaruh sangat nyata terhadap tingkat penjualan (Y) sedangkan jumlah item produk (X_1) dan jumlah pembeli (X_2) tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan (Y).

Kata Kunci: tingkat penjualan, obat hewan, PT. Romindo Primavetcom