

**DAMPAK *BRAND AWARENESS*, LOYALITAS PELANGGAN,
DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PUPUK PADA CV. ARTHO MORO**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Indo Global Mandiri



Disusun Oleh :

IRFAN JAYA

NPM. 2021510016

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET, DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDI-RI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Dampak *Brand Awareness*, Loyalitas Pelanggan, Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pupuk Pada CV Artho Moro
Nama : Irfan Jaya
NPM : 2021510016
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
Pembimbing II : Roswaty, SE, M.Si
Tanggal Ujian Skripsi : 12 Februari 2025

Palembang, 17 Februari 2025

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
NIDN. 0225047302

Pembimbing II,



Roswaty, SE., M.Si
NIDN. 0204017801

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Dampak *Brand Awareness*, Loyalitas Pelanggan, Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pupuk Pada CV Artho Moro
Nama : Irfan Jaya
NPM : 2021510016
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

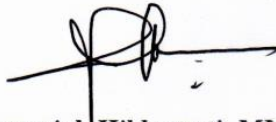
Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji :



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
NIDN. 0225047302

Penguji I :



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji II :



Dr. Susi Handayani, SE., M.Si
NIDN. 0225107002

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi

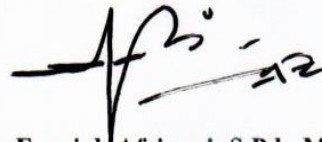


Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR REVISI

Nama : Irfan Jaya
NPM : 2021510016
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Dampak *Brand Awareness*, Loyalitas Pelanggan, Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pupuk Pada CV Artho Moro

Ketua Penguji :



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
NIDN : 0225047302

Penguji I :



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA
NIDN : 0207077302

Penguji II :



Dr. Susi Handayani, SE., M.Si
NIDN : 0225107002

Palembang, 17 Februari 2025
Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si
NIDN. 0202067002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irfan Jaya
NPM : 2021510016
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 12 Februari 2025


Irfan Jaya
NPM. 2021510016

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Dampak *Brand Awareness*, Loyalitas Pelanggan, dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pupuk Pada CV. ARTHO MORO. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D. selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing kesatu. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Roswaty, SE., M.Si selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf administrasi, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Orang tua, Ayah dan Ibunda ku tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2021 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moral maupun materil kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 12 Februari 2025

Penyusun,



Irfan Jaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *brand awareness*, loyalitas pelanggan, dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pupuk di CV. Artho Moro ketiga variabel tersebut dianalisis baik secara individu maupun bersama-sama untuk mengevaluasi kontribusinya terhadap peningkatan kinerja penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen perusahaan analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *brand awareness*, loyalitas pelanggan, dan saluran distribusi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Secara individu, loyalitas pelanggan memiliki dampak paling besar dalam meningkatkan volume penjualan, diikuti oleh saluran distribusi dan *brand awareness*. Penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang terintegrasi untuk memperkuat kesadaran merek, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengelola saluran distribusi secara optimal guna menjaga daya saing di pasar.

Kata Kunci:

Kesadaran merek, loyalitas pelanggan, saluran distribusi, volume penjualan, strategi pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of brand awareness, customer loyalty, and distribution channels on the sales volume of fertilizers at CV. Artho Moro. These three variables were analyzed both individually and collectively to evaluate their contribution to improving sales performance. The study employs a quantitative approach using survey methods, with data collected through questionnaires distributed to the company's consumers. Data analysis was conducted using multiple linear regression techniques to identify relationships among the variables. The findings reveal that brand awareness, customer loyalty, and distribution channels collectively have a significant impact on sales volume. Individually, customer loyalty has the greatest effect on increasing sales volume, followed by distribution channels and brand awareness. The study recommends that the company develop an integrated marketing strategy to strengthen brand awareness, enhance customer loyalty, and manage distribution channels optimally to maintain competitiveness in the market.

Keywords:

Brand awareness, customer loyalty, distribution channels, sales volume, marketing strategy.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR REVISI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Brand awareness (kesadaran merek).....	11
2.1.2 Manfaat Brand Awareness.....	12
2.1.3 Indikator Brand Awareness.....	13
2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Awareness.....	14
2.2 Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2.2 Manfaat loyalitas pelanggan.....	16
2.2.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	18
2.3 Saluran Distribusi.....	19
2.3.1 Pengertian Saluran Distribusi.....	19
2.3.2 Manfaat Saluran Distribusi.....	20
2.3.3 Indikator Saluran Distribusi.....	21
2.3.4 Faktor-faktor Saluran Distribusi.....	21
2.4 Volume Penjualan.....	22
2.4.1 Pengertian Volume Penjualan.....	22
2.4.2 Indikator Volume Penjualan.....	23
2.4.3 Faktor-Faktor Volume Penjualan.....	24
2.5 Penelitian Terdahulu.....	26
2.6 Kerangka Pemikiran.....	29

2.7 Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Ruang lingkup Penelitian.....	32
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4 Populasi dan Sampel.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Teknik Analisis.....	38
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum instansi.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2 SKala Alternatif	42
Tabel 3 Interpretasi Koefisien Korelasi r	49
Tabel 4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
Tabel 5 Responden Berdasarkan Umur	56
Tabel 6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 7 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 8 Tanggapan Responden Variabel Brand Awareness	59
Tabel 9 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	59
Tabel 10 Tanggapan Responden Variabel Saluran Distribusi	60
Tabel 11 Tanggapan Responden Variabel Volume Penjualan.....	61
Tabel 12 Uji Validitas Seluruh Variabel.....	62
Tabel 13 Uji Reliabilitas Seluruh Variabel	63
Tabel 14 Uji Normalitas	64
Tabel 15 Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 16 Uji Multikolinearitas	66
Tabel 17 Regresi Linear Berganda	67
Tabel 18 Uji t Parsial	69
Tabel 19 Uji f Simultan	71
Tabel 20 Uji Koefisien Kolerasi.....	71
Tabel 21 Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 22 Koefisien Determinasi Partial.....	73
Tabel 23 Perhitungan Koefisien Determinasi Partial	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 2 Struktur Organisasi.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian.

Lampiran 2 Tabulasi Data.

Lampiran 3 Hasil Olah Data.

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.

Lampiran 5 Surat Balasan Penelitian.

Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi.