

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Siantar Top Tbk**

###### **4.1.1.1 Sejarah singkat PT Siantar Top Tbk**

Perjalanan kesuksesan PT Siantar Top tidak lepas dari segala aral melintang yang menyakitkan dan kisah inspiratif dari seseorang yang gigih untuk meraih mimpi besar. Beliau adalah Shindo Sumidomo yang dilahirkan pada tahun 1953 di Pematang Siantar, Sumatera Utara. Shindo kecil yang tumbuh di keluarga dengan latar belakang usaha makanan memang memiliki keinginan tahunan yang sangat besar di bidang culinary. Sejak kecil, beliau melakukan berbagai macam riset dan eksperimen untuk menciptakan makanan yang enak. Sehingga akhirnya ide untuk memulai usaha makanannya sendiri tercetus.

Pada tahun 1972, beliau yang saat itu masih berusia 19 tahun mulai merantau dan memutuskan untuk menetap di Surabaya. Dengan mengadopsi pepatah Cina “Rakyat utamakan makan, makan utamakan rasa”, beliau mulai merintis usaha rumahan yang bergerak di bidang makanan ringan. Karena keyakinan, semangat pantang menyerah, inovasi, dan juga kecintaan yang dimiliki, akhirnya usahanya berkembang pesat.

Pada tahun 1987 usaha rumahan Shindo Sumidomo berkembang menjadi PT Siantar Top Industri. 2 tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1989 beliau mendirikan pabrik baru seluas 25.000 m<sup>2</sup> yang berlokasi di Tambak Sawah,

Sidoarjo. Dan pada tahun 1996 PT Siantar Top berhasil tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia, dan menjadi PT Siantar Top Tbk. Perluasan usaha juga terus dilakukan oleh PT Siantar Top Tbk. Dimulai di tahun 1998 dengan mendirikan pabrik baru di Medan, tahun 2002 mendirikan pabrik di Bekasi, dan yang terbaru pada tahun 2011 mendirikan pabrik di Makassar.

Untuk ISO yang merupakan standar Internasional untuk sistem manajemen mutu, PT Siantar Top Tbk telah mendapatkan ISO 9001:2000, ISO 9001:2008, dan juga ISO 22000:2005 dari URS. Beberapa penghargaan juga berhasil didapatkan oleh PT Siantar Top Tbk, diantaranya adalah Global Brand Developer tahun 2007, The Best Quality Product of The Year (2013), The Best Manufacturing Company of The Year (2014), dan juga Top Brand for KIDS (2015).

Saat ini PT Siantar Top terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai perusahaan garda terdepan yang bergerak di bidang manufacturing makanan ringan. PT Siantar Top mulai melebarkan sayapnya, melakukan ekspansi di beberapa kawasan Asia, salah satunya adalah Cina. Shindo Sumidomo yakin dengan komitmen yang kuat serta usaha yang tiada hentinya mampu menghantarkan Siantar Top berjaya dan menjadi merk terdepan baik di skala Nasional maupun International.

PT Siantar Top, pertama kali didirikan pada tahun 1972. Sebagai pelopor industri makanan ringan di Jawa Timur, pada tahun 1996 Siantar Top tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia. Saat ini PT Siantar Top terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai perusahaan garda terdepan yang bergerak di bidang manufacturing makanan ringan. PT Siantar Top mulai

melebarkan sayapnya, melakukan ekspansi di beberapa kawasan Asia, salah satunya Cina.

Seiring dengan berjalannya waktu, PT Siantar Top terus melakukan pembenahan dalam segi kualitas produk sehingga bisa diterima di berbagai kalangan. Dan karena kualitas produknya, kini berbagai macam produk PT Siantar Top dapat dinikmati oleh konsumen yang tersebar di mancanegara. Berusaha meningkatkan inovasi produk dengan penambahan investasi baru di kategori produk biscuit dan wafer. Meningkatkan kinerja distribusi untuk penetrasi pasar luas. Berusaha untuk mendekatkan diri ke pasar. Meningkatkan soft skill (integritas dan inisiatif) dari SDM. Menggunakan teknologi R&D dan teknologi mesin dari Jepang dan Korea.

#### **4.1.1.2 Logo PT Siantar Top Tbk**

Pada dasarnya logo merupakan identitas suatu perusahaan. Adapun logo PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk adalah sebagai berikut :

**Gambar 4. 1**  
**Logo PT Siantar Top Tbk**



*(Sumber: PT. Siantar Top Tbk)*

#### **4.1.1.3 Visi dan Misi PT Siantar Top Tbk**

Visi PT. Siantar Top Tbk yaitu: “Menjadi perusahaan terkemuka yang terus tumbuh dan berkembang demi kepuasan bersama”.

Sedangkan untuk misi PT Siantar Top Tbk yaitu:

1. Menjadi perusahaan pelopor produk-produk dengan *TASTE SPECIALIST*.
2. Menyediakan produk yang kompetitif harganya, terjamin mutu, halal dan legalitasnya.
3. Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan bersama (stakeholder, karyawan dan masyarakat).
4. Mengembangkan keragaman produk/usaha sesuai perkembangan kebutuhan pasar atau konsumen.
5. Membuka kesempatan untuk pihak lain (investor) untuk bekerja sama dengan mensinergikan kemampuan yang dimiliki untuk memperkuat dalam mengembangkan usaha.

#### **4.1.1.4 Produk PT Siantar Top Tbk**

Berdasarkan laman resmi Siantar Top, terdapat setidaknya 26 produk yang dimiliki oleh Siantar Top. Berikut adalah daftar lengkap produk Siantar Top:

1. Biscuit and Wafer  
Go Potato, Go Potato (eksport), Go, Go (eksport), Goriorio, Goriorio (eksport), My Choco.
2. Coffee  
O'Krimer, Maestro
3. Instan Noodle  
Jaya Mie
4. Noodle Snacks

Spix, Spix (eksport), Boyki, Gemez, Gemez Enaak, Gemez Enaak (eksport), Suki.

5. Pellet

Pellet

6. Snacks

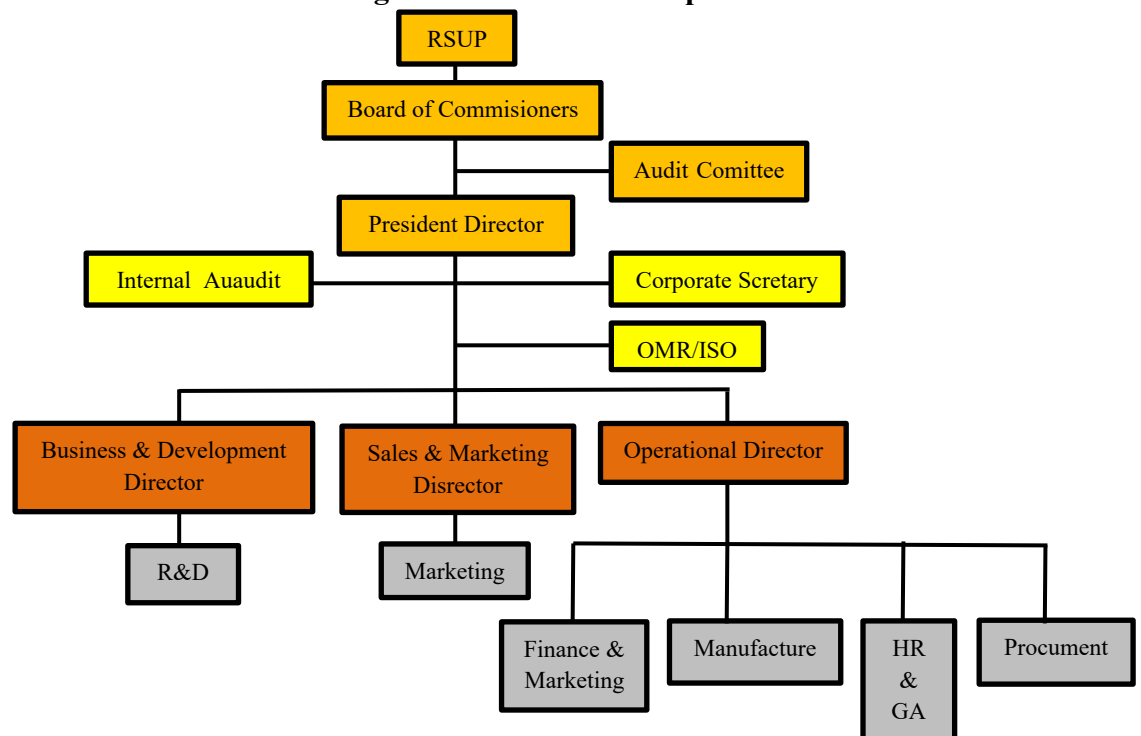
Twistko, Twistko (eksport), TicTic, TicTic (eksport), French Fries 2000, French Fries 2000 (eksport), Leanet, Mister.

7. Vermicelli

Bihun Jagung Idola

#### 4.1.1.5 Struktur Organisasi PT Siantar Top Tbk

**Gambar 4. 2**  
**Struktur Organisasi PT Siantar Top Tbk**



#### 4.1.1.6 Job deskripsi PT Siantar Top Tbk

Berikut jajaran direksi, dewan komisaris, dan sekretaris PT. Siantar Top Tbk:

1. Amir sebagai Direktur Utama (*President Director*), beliau diangkat menjadi Direktur Utama berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) Luar Biasa pada tanggal 03 Februari 2022.
2. Shindo Sumidomo sebagai Direktur, beliau diangkat menjadi Direktur Utama berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) Luar Biasa pada tanggal 03 Februari 2022.
3. Suwanto Sumidomo sebagai Direktur, beliau diangkat menjadi Direktur Utama berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) Luar Biasa pada tanggal 03 Februari 2022.
4. Juwita Wijaya sebagai Komisaris Utama (*President commissioner*), beliau diangkat menjadi komisaris Utama berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)Luar Biasa 31 Agustus 2021.
5. Osbert Kosasih sebagai Komisaris Independen (*Independent Cpmmissioner*), beliau diangkat menjadi komisaris Utama berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)Luar Biasa 31 Agustus 2021.

#### 4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti

Penelitian ini dilakukan pada PT. Siantar Top Tbk pada tahun 2015-2023 dengan menggunakan data tahunan (*annual report*). Sebelum membahas pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan, terlebih dahulu akan

membahas variabel-variabel dari penelitian ini. Data yang digunakan dan dianalisis merupakan data sekunder, karena data yang dikumpulkan telah mengalami pengolahan dalam bentuk laporan keuangan.

#### 4.1.2.1 Hasil Penelitian tentang Biaya Promosi pada PT Siantar Top Tbk

Biaya promosi merupakan semua biaya yang dikeluarkan perusahaan yang digunakan untuk mendukung kegiatan promosi, yaitu upaya menyampaikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk perusahaan, baik barang maupun jasa, dengan tujuan utama untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan pemasukan kas. Berikut data biaya promosi PT. Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

**Tabel 4. 1**  
**Biaya Promosi PT Siantar Top Tbk**  
**Periode 2015-2023**

| <b>Tahun</b>     | <b>Biaya Promosi<br/>(Dalam Jutaan Rupiah)</b> | <b>Perkembangan</b> | <b>(%)</b>     |
|------------------|------------------------------------------------|---------------------|----------------|
| 2015             | 62.475.960                                     | -                   | -              |
| 2016             | 77.977.98                                      | 15.501.338          | 24,81%         |
| 2017             | 90.154.061                                     | 12.176.763          | 15,62%         |
| 2018             | 73.154.160                                     | -16.999.901         | -18,86%        |
| 2019             | 108.846.517                                    | 35.692.357          | 48,79%         |
| 2020             | 59.828.161                                     | -49.018.357         | -45,03%        |
| 2021             | 140.459.912                                    | 80.631.752          | 134,77%        |
| 2022             | 147.447.902                                    | 6.987.990           | 4,98%          |
| 2023             | 172.004.046                                    | 24.556.144          | 16,65%         |
| <b>Jumlah</b>    | <b>933.348.016</b>                             | <b>109.528.086</b>  | <b>181,73%</b> |
| <b>Rata-rata</b> | <b>103.594.224</b>                             | <b>13.691.011</b>   | <b>22,72%</b>  |

Sumber: *Annual report* PT Siantar Top Tbk Tahun 2015-2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui biaya promosi pada PT Siantar Top Tbk dari tahun ke tahun cenderung mengalami fluktuatif. Biaya promosi perusahaan cenderung naik, tapi kenaikannya tidak selalu konsisten. Pada tahun

2018 biaya promosi mengalami penurunan, kemudian di tahun berikutnya (2019) biaya promosi mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebesar 48,79%. Namun di tahun 2020 biaya promosi mengalami penurunan yang cukup tajam yaitu sebesar 45,03%. Di tahun 2021, biaya promosi kembali meningkat signifikan yaitu sebesar 134,77% , dan ini merupakan kenaikan biaya promosi tertinggi. Dan untuk pengeluaran biaya promosi terbesar terjadi di tahun 2023 yaitu sebesar Rp. 172.004.046. Rata-rata besarnya biaya promosi setiap tahunnya sebesar Rp. 103.594.224 dan rata-rata perkembangannya mengalami kenaikan sebesar 22,72% setiap tahunnya.

#### **4.1.2.2 Hasil Penelitian tentang Biaya Distribusi pada PT Siantar Top Tbk**

Biaya distribusi merupakan pengeluaran yang timbul dalam proses penyaluran produk dari produsen atau gudang ke konsumen akhir, yang meliputi biaya transportasi, penyimpanan, penanganan, dan layanan logistik lainnya. Biaya ini bertujuan untuk memastikan produk sampai ke konsumen secara cepat, tepat, dan efisien, serta mendukung ketersediaan produk di pasar guna meningkatkan volume penjualan. Berikut data biaya distribusi PT. Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

**Tabel 4. 2**  
**Biaya Distribusi pada PT Siantar Top Tbk**  
**Periode 2015-2023**

| <b>Tahun</b> | <b>Biaya Distribusi<br/>(Dalam Jutaan<br/>Rupiah)</b> | <b>Perkembangan</b> | <b>(%)</b> |
|--------------|-------------------------------------------------------|---------------------|------------|
| 2015         | 61.492.283                                            | -                   | -          |
| 2016         | 58.684.969                                            | -2.807.314          | -4,57%     |
| 2017         | 63.899.565                                            | 5.214.596           | 8,89%      |
| 2018         | 64.129.783                                            | 230.218             | 0,36%      |
| 2019         | 73.813.920                                            | 9.684.137           | 15,10%     |

|                  |                    |                   |               |
|------------------|--------------------|-------------------|---------------|
| 2020             | 83.870.018         | 10.056.098        | 13,62%        |
| 2021             | 108.785.150        | 24.915.132        | 29,71%        |
| 2022             | 131.059.587        | 22.274.437        | 20,48%        |
| 2023             | 129.005.54         | -2.054.333        | -1,57%        |
| <b>Jumlah</b>    | <b>774.740.529</b> | <b>67.512.971</b> | <b>82,02%</b> |
| <b>Rata-rata</b> | <b>86.082.281</b>  | <b>8.439.121</b>  | <b>10,25%</b> |

Sumber: *Annual report* PT Siantar Top Tbk Tahun 2015-2023

Dari tabel di atas biaya distribusi mengalami peningkatan yang cukup stabil dari tahun ke tahun. Biaya distribusi tertinggi terjadi pada tahun 2022. Sedangkan penurunan biaya distribusi terjadi pada tahun 2016 dan 2023. Rata-rata besarnya biaya distribusi setiap tahunnya sebesar Rp 86.082.281, sedangkan rata-rata perkembangannya mengalami kenaikan sebesar 10,25% setiap tahunnya. mencerminkan upaya perusahaan dalam memperluas cakupan distribusinya. Peningkatan signifikan terjadi antara tahun 2020 hingga 2022, dengan akumulasi kenaikan lebih dari 47%.

### 3.5.3 Hasil Penelitian tentang Penjualan pada PT Siantar Top Tbk

Penjualan merupakan kegiatan atau proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli, dengan tujuan memperoleh pendapatan atau keuntungan. Penjualan mencakup upaya mencari dan memengaruhi pembeli, menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen, serta melakukan transaksi baik secara tunai maupun kredit. Penjualan juga menyebabkan arus keluar barang dari perusahaan dan pemasukan uang dari pelanggan. Berikut data penjualan PT. Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

**Tabel 4. 3**  
**Penjualan pada PT Siantar Top Tbk**  
**Periode 2015-2023**

| Tahun | Penjualan<br>(Dalam Jutaan Rupiah) | Perkembangan |  | (%) |
|-------|------------------------------------|--------------|--|-----|
|-------|------------------------------------|--------------|--|-----|

|                  |                   |                  |  |               |
|------------------|-------------------|------------------|--|---------------|
| 2015             | 2.544.278         | -                |  | -             |
| 2016             | 2.629.107         | 84.829           |  | 3,33%         |
| 2017             | 2.825.409         | 196.302          |  | 7,47%         |
| 2018             | 2.826.957         | 1.548            |  | 0,05%         |
| 2019             | 3.512.509         | 685.552          |  | 24,25%        |
| 2020             | 3.846.300         | 333.791          |  | 9,50%         |
| 2021             | 4.241.856         | 395.556          |  | 10,28%        |
| 2022             | 4.931.544         | 689.698          |  | 16,26%        |
| 2023             | 4.767.207         | -164.347         |  | -3,33%        |
| <b>Jumlah</b>    | <b>32.125.177</b> | <b>2.222.292</b> |  | <b>67,82%</b> |
| <b>Rata-rata</b> | <b>3.569.464</b>  | <b>277.866</b>   |  | <b>8,48%</b>  |

Sumber: *Annual report* PT Siantar Top Tbk Tahun 2015-2023

Dari tabel di atas, penjualan PT Siantar Top Tbk cenderung mengalami kenaikan. Penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2022. Sedangkan penurunan penjualan terjadi pada tahun 2023. Rata-rata besarnya penjualan setiap tahunnya sebesar Rp 3.569.464 dan rata-rata perkembangannya juga mengalami kenaikan sebesar 8,48% setiap tahunnya.

#### 4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan pada PT. Siantar Top Tbk periode 2015-2023, maka penulis menggunakan model Uji Koefisien Korelasi Sederhana, Uji Korelasi Determinasi, Uji t (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan).

Untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan pada PT. Siantar Top Tbk yang terdaftar di BEI, maka selanjutnya penulis sajikan data berikut.

**Tabel 4. 4**  
**Nilai-nilai Perhitungan Regresi dan Korelasi Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Periode 2015-2023**

| TAHUN         | BIAYA<br>PROMOSI<br>(X1) | BIAYA<br>DISTRIBUSI<br>(X2) | PENJUALAN<br>(Y)  | X1.Y                         | X2.Y                         | X1.X2                         | X1 <sup>2</sup>                | X2 <sup>2</sup>               | Y <sup>2</sup>             |
|---------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| 2015          | 62.475.960               | 61.492.283                  | 2.544.278         | 158.956.210.556.880          | 156.453.462.806.674          | 3.841.789.413.016.680         | 3.903.245.577.921.600          | 3.781.300.868.552.090         | 6.473.350.541.284          |
| 2016          | 77.977.298               | 58.684.968                  | 2.629.107         | 205.010.660.012.886          | 154.289.060.163.576          | 4.576.095.237.856.460         | 6.080.459.003.380.800          | 3.443.925.469.161.020         | 6.912.203.617.449          |
| 2017          | 90.154.061               | 63.899.564                  | 2.825.409         | 254.722.095.335.949          | 180.542.403.221.676          | 5.760.805.190.729.400         | 8.127.754.714.791.720          | 4.083.154.279.390.100         | 7.982.936.017.281          |
| 2018          | 73.154.160               | 64.129.783                  | 2.826.957         | 206.803.664.691.120          | 181.292.138.960.331          | 4.691.360.406.347.280         | 5.351.531.125.305.600          | 4.112.629.067.627.090         | 7.991.685.879.849          |
| 2019          | 108.846.516              | 73.813.920                  | 3.512.509         | 382.324.367.068.644          | 259.272.058.325.280          | 8.034.388.024.302.720         | 11.847.564.045.338.300         | 5.448.494.785.766.400         | 12.337.719.475.081         |
| 2020          | 59.828.160               | 83.870.017                  | 3.846.300         | 230.117.051.808.000          | 322.589.246.387.100          | 5.017.788.796.278.720         | 3.579.408.728.985.600          | 7.034.179.751.580.290         | 14.794.023.690.000         |
| 2021          | 140.459.912              | 108.785.149                 | 4.241.857         | 595.810.860.936.584          | 461.451.045.781.693          | 15.279.952.455.446.900        | 19.728.986.879.047.700         | 11.834.208.642.952.200        | 17.993.350.808.449         |
| 2022          | 147.447.902              | 131.059.587                 | 4.931.553         | 727.147.143.451.806          | 646.327.299.448.611          | 19.324.461.140.136.500        | 21.740.883.804.201.600         | 17.176.615.344.610.600        | 24.320.214.991.809         |
| 2023          | 172.004.046              | 129.005.253                 | 4.676.207         | 804.326.523.933.522          | 603.255.267.115.371          | 22.189.425.471.253.600        | 29.585.391.840.370.100         | 16.642.355.301.594.000        | 21.866.911.906.849         |
| <b>Jumlah</b> | <b>932.348.015</b>       | <b>774.740.524</b>          | <b>32.034.177</b> | <b>3.565.218.577.795.390</b> | <b>2.965.471.982.210.310</b> | <b>88.716.066.135.368.300</b> | <b>109.945.225.719.343.000</b> | <b>73.556.863.511.233.800</b> | <b>120.672.396.928.051</b> |

#### 4.1.3.1 Hasi Penelitian tentang Pengaruh Biaya Promosi terhadap

##### Penjualan pada PT Siantar Top Tbk

Untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023, maka selanjutnya penulis sajikan data sebagai berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Tabel Hasil Penelitian  $X_1$  terhadap Y**

| Tahun         | Biaya Promosi ( $X_1$ ) | Penjualan (Y)     | $X_1 \cdot Y$                | $X_1^2$                        | $Y^2$                      |
|---------------|-------------------------|-------------------|------------------------------|--------------------------------|----------------------------|
| 2015          | 62.475.960              | 2.544.278         | 158.956.210.556.880          | 3.903.245.577.921.600          | 6.473.350.541.284          |
| 2016          | 77.977.298              | 2.629.107         | 205.010.660.012.886          | 6.080.459.003.380.800          | 6.912.203.617.449          |
| 2017          | 90.154.061              | 2.825.409         | 254.722.095.335.949          | 8.127.754.714.791.720          | 7.982.936.017.281          |
| 2018          | 73.154.160              | 2.826.957         | 206.803.664.691.120          | 5.351.531.125.305.600          | 7.991.685.879.849          |
| 2019          | 108.846.517             | 3.512.509         | 382.324.370.581.153          | 11.847.564.263.031.300         | 12.337.719.475.081         |
| 2020          | 59.828.160              | 3.846.300         | 230.117.051.808.000          | 3.579.408.728.985.600          | 14.794.023.690.000         |
| 2021          | 140.459.912             | 4.241.856         | 595.810.720.476.672          | 19.728.986.879.047.700         | 17.993.342.324.736         |
| 2022          | 147.447.902             | 4.931.554         | 727.147.290.899.708          | 21.740.883.804.201.600         | 24.320.224.854.916         |
| 2023          | 172.004.046             | 4.767.207         | 819.978.892.119.522          | 29.585.391.840.370.100         | 22.726.262.580.849         |
| <b>Jumlah</b> | <b>932.348.016</b>      | <b>32.125.177</b> | <b>3.580.870.956.481.890</b> | <b>109.945.225.937.036.000</b> | <b>121.531.748.981.445</b> |

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Diketahui:

$$\sum n = 9$$

$$\sum X_1 = 932.348.016$$

$$\sum Y = 32.125.177$$

$$\sum X_1 Y = 3.580.870.956.481.890$$

$$\sum X^2 = 109.945.225.937.036.000$$

$$\sum Y^2 = 121.531.748.981.445$$

## 1. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel biaya promosi dengan penjualan dapat digunakan analisis koefisien korelasi sederhana dengan menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{(nX_1^2 - (\sum X_1)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  = Koefisien Korelasi Sederhana

$\sum X_1$  = Jumlah variabel  $X_1$

$\sum Y$  = Jumlah variabel  $Y$

$\sum X_1 Y$  = Jumlah total  $XY$

### Perhitungan Koefisien Korelasi $X_1$ dengan $Y$

$$r_{xy} = \frac{9(3.580.870.956.481.890) - (932.348.016)(32.125.177)}{\sqrt{(9.109.945.225.937.036.000 - (932.348.016)^2)(9.121.531.748.981.445 - 32.125.177^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2.275.993.568.738.180}{\sqrt{7.425.513.772.048.810.000.000.000.000.000}}$$

$$r_{xy} = \frac{2.275.993.568.738.180}{2.724.979.591.125.190}$$

$$r_{xy} = 0,835233253 = 0,835 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi maka diperoleh tingkat hubungan sebesar 0,835. Selanjutnya dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 27 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 6**  
**SPSS Koefisien Korelasi Sederhana**  
**Correlations**

|               |                     | Biaya Promosi | Penjualan |
|---------------|---------------------|---------------|-----------|
| Biaya Promosi | Pearson Correlation | 1             | ,835**    |
|               | Sig. (2-tailed)     |               | ,005      |
|               | N                   | 9             | 9         |
| Penjualan     | Pearson Correlation | ,835**        | 1         |
|               | Sig. (2-tailed)     | ,005          |           |
|               | N                   | 9             | 9         |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS 27

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi sederhana, diperoleh sebesar 0,835 yang menunjukkan bahwa hubungan antara biaya promosi dengan penjualan positif atau searah. Artinya jika biaya promosi naik maka penjualan akan naik, dan sebaliknya jika biaya promosi turun maka penjualan akan turun. Dan berdasarkan Tabel 3.2 termasuk ke dalam kategori sangat kuat. Artinya adanya hubungan positif dengan tingkat keeratan Sangat kuat. Dapat diartikan bahwa peningkatan biaya promosi cenderung diikuti dengan peningkatan penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

## 2. Koefisien Determinasi

Untuk menghitung besarnya persentase pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, serta untuk mengetahui pengaruh dari faktor lain di luar

variabel bebas yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

$r^2$  = Nilai Koefisien Korelasi

#### Perhitungan Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,835^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,698 \times 100\%$$

$$KD = 69,8\%$$

Berikut hasil perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 27 :

**Tabel 4. 7**  
**SPSS Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,835 <sup>a</sup> | ,698     | ,654              | 544451,714                 |

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS 27

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diperoleh R Square sebesar 0,698 atau 69,8%. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa perubahan penjualan dipengaruhi oleh biaya promosi sebesar 69,8% dan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi faktor lain diluar biaya promosi yang tidak diteliti oleh

peneliti.

### 3. Uji t (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)

Uji statistik t digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan secara parsial terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui pengaruh variabel biaya promosi terhadap penjualan secara parsial dapat dihitung menggunakan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t

n = Nilai koefisien korelasi

r = Sembilan

#### Perhitungan Uji t

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,835\sqrt{9-2}}{\sqrt{1-(0,835)^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2,209819475}{0,54989582}$$

$$t_{hitung} = 4,018614789 = 4,019(\text{dibulatkan})$$

Perhitungan manual diatas juga sama dengan perhitungan secara

komputerisasi yaitu SPSS Versi 27 yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 8**  
**SPSS Uji t (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)**

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |               |                             |            |                           |       |
|---------------------------------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                           |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
|                                 |               | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |
| 1                               | (Constant)    | 1608459,946                 | 520635,203 |                           | 3,089 |
|                                 | Biaya Promosi | ,019                        | ,005       | ,835                      | 4,019 |
|                                 |               |                             |            |                           | Sig.  |
|                                 |               |                             |            |                           | ,018  |
|                                 |               |                             |            |                           | ,005  |

a. Dependent Variable: Penjualan

Pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan dapat dikatakan signifikan apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Maka dengan nilai  $df = n - 2 = 9 - 2 = 7$  diperoleh bobot  $t_{hitung} = 4,019$  sedangkan bobot  $t_{tabel} = 2,365$ . dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang berarti terdapat pengaruh biaya promosi terhadap penjualan, yang artinya hipotesis diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

#### **4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap**

##### **Penjualan pada PT Siantar Top Tbk**

Untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023, maka selanjutnya penulis sajikan:

**Tabel 4. 9**  
**Data Hasil penelitian  $X_2$  terhadap Y**

| Tahun | Biaya Distribusi ( $X_2$ ) | Penjualan (Y) | $X_2Y$              | $X_2^2$               | $Y^2$             |
|-------|----------------------------|---------------|---------------------|-----------------------|-------------------|
| 2015  | 61.492.283                 | 2.544.278     | 156.453.462.806.674 | 3.781.300.868.552.090 | 6.473.350.541.284 |
| 2016  | 58.684.969                 | 2.629.107     | 154.289.062.792.683 | 3.443.925.586.530.960 | 6.912.203.617.449 |
| 2017  | 63.899.565                 | 2.825.409     | 180.542.406.047.085 | 4.083.154.407.189.220 | 7.982.936.017.281 |

|               |                    |                   |                              |                               |                            |
|---------------|--------------------|-------------------|------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| 2018          | 64.129.783         | 2.826.957         | 181.292.138.960.331          | 4.112.629.067.627.090         | 7.991.685.879.849          |
| 2019          | 73.813.920         | 3.512.509         | 259.272.058.325.280          | 5.448.494.785.766.400         | 12.337.719.475.081         |
| 2020          | 83.870.018         | 3.846.300         | 322.589.250.233.400          | 7.034.179.919.320.320         | 14.794.023.690.000         |
| 2021          | 108.785.150        | 4.241.856         | 461.450.941.238.400          | 11.834.208.860.522.500        | 17.993.342.324.736         |
| 2022          | 131.059.587        | 4.931.554         | 646.327.430.508.198          | 17.176.615.344.610.600        | 24.320.224.854.916         |
| 2023          | 129.005.254        | 4.767.207         | 614.994.749.905.578          | 16.642.355.559.604.500        | 22.726.262.580.849         |
| <b>Jumlah</b> | <b>774.740.529</b> | <b>32.125.177</b> | <b>2.977.211.500.817.630</b> | <b>73.556.864.399.723.700</b> | <b>121.531.748.981.445</b> |

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Diketahui:

$$\sum n = 9$$

$$\sum X_2 = 774.740.529$$

$$\sum Y = 32.125.177$$

$$\sum X_2 Y = 2.977.211.500.817.630$$

$$\sum X_2^2 = 73.556.864.399.723.700$$

$$\sum Y^2 = 121.531.748.981.445$$

### 1. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel biaya distribusi dengan penjualan data digunakan analisis koefisien korelasi sederhana dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{x_2y} = \frac{n(\sum X_2 Y) - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  = Koefisien Korelasi Sederhana

$\sum X_2$  = Jumlah total variabel  $X_2$

$\sum Y$  = Jumlah total variabel  $Y$

$\sum X_2 Y$  = Jumlah total  $X_2 Y$

### Perhitungan Koefisien Korelasi $X_2$ dengan Y

$$r_{xy} = \frac{9(2.977.211.500.817.630) - (774.740.529)(32.125.177)}{\sqrt{(9.73.556.864.399.723.700 - (774.740.529)^2)(9.121.513.748.981.445 - (32.125.177)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{26.794.903.507.358.700 - 24.888.676.623.198.600}{\sqrt{(61.788.892.322.313.200)(61.758.743.551.676)}}$$

$$r_{xy} = \frac{1.906.226.884.160.030}{\sqrt{3.816.004.355.275.860.000.000.000.000.000}}$$

$$r_{xy} = \frac{1.906.226.884.160.030}{1.953.459.586.291.940}$$

$$r_{xy} = 0,975820999 = 0,976 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi maka diperoleh tingkat hubungan sebesar 0,976. Selanjutnya dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 27 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 10**  
**SPSS Koefisien Korelasi**  
**Correlations**

|                  |                     | Penjualan | Biaya Distribusi |
|------------------|---------------------|-----------|------------------|
| Penjualan        | Pearson Correlation | 1         | ,976**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     |           | ,000             |
|                  | N                   | 9         | 9                |
| Biaya Distribusi | Pearson Correlation | ,976**    | 1                |
|                  | Sig. (2-tailed)     | ,000      |                  |
|                  | N                   | 9         | 9                |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS 27

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,976. Nilai tersebut berada pada kategori sangat kuat dan arahnya positif. Artinya jika biaya distribusi naik, maka penjualan akan naik.

#### 1. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh antara variabel bebas



terhadap variabel terikat, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

$r^2$  = Nilai koefisien korelasi

### Perhitungan Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,976^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,952226621 \times 100\%$$

$$KD = 0,952 = 95,2 \% \text{ (dibulatkan)}$$

Berikut hasil perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 27 :

**Tabel 4. 11**  
**SPSS Koefisien Determinasi**

| Model Summary                               |                   |          |                   |                            |
|---------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                       | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                           | ,976 <sup>a</sup> | ,952     | ,945              | 216407,312                 |
| a. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi |                   |          |                   |                            |
| Sumber: Data hasil pengolahan SPSS 27       |                   |          |                   |                            |

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diperoleh R Square sebesar 0,952 atau 95,2%. Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan adalah sebesar 95,2 dan sisanya sebesar 4,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

## 2. Uji t (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)

Uji statistik t digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh masing-masing

variabel independen yang digunakan secara parsial terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui pengaruh variabel biaya distribusi terhadap penjualan secara parsial dapat dihitung menggunakan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = 9

#### Perhitungan Uji t

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,976\sqrt{9-2}}{\sqrt{1-(0,976)^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2,581779686}{0,218571221}$$

$$t_{hitung} = 11,81207513 = 11,812 \text{ (dibulatkan)}$$

Perhitungan manual diatas juga sama dengan perhitungan secara komputerisasi yaitu SPSS Versi 27 yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 12**  
**SPSS Uji t (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant) | 913770,634                  | 236117,583 |                           | 3,870 | ,006 |

|                  |      |      |      |        |      |
|------------------|------|------|------|--------|------|
| Biaya Distribusi | ,031 | ,003 | ,976 | 11,812 | ,000 |
|------------------|------|------|------|--------|------|

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS 27

Pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan dapat dikatakan signifikan apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hasil perhitungan  $df = n - 2 = 9 - 2 = 7$  diperoleh bobot  $t_{hitung} = 11,812$  sedangkan bobot  $t_{tabel} = 2,365$ , yang berarti terdapat pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang penulis ajukan yaitu biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan, diterima. Artinya biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Dengan demikian dapat disimpulkan biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

#### 4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya

##### Distribusi Terhadap Penjualan pada PT Siantar Top Tbk

Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023, terlebih dahulu disajikan nilai-nilai perhitungan regresi dan korelasi biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan sebagai berikut:

**Tabel 4. 13**  
**Nilai-nilai Perhitungan Regresi dan Korelasi Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap penjualan Periode 2015-2023**

| <b>Tahun</b>  | <b>Biaya Promosi (X<sub>1</sub>)</b> | <b>Biaya Distribusi (X<sub>2</sub>)</b> | <b>Penjualan (Y)</b> | <b>X<sub>1</sub>Y</b>        | <b>X<sub>2</sub>Y</b>        | <b>X<sub>1</sub>X<sub>2</sub></b> | <b>X<sub>1</sub><sup>2</sup></b> | <b>X<sub>2</sub><sup>2</sup></b> | <b>Y<sup>2</sup></b>       |
|---------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| <b>2015</b>   | 62.475.960                           | 61.492.283                              | 2.544.278            | 158.956.210.556.880          | 156.453.462.806.674          | 3.841.789.413.016.680             | 3.903.245.577.921.600            | 3.781.300.868.552.090            | 6.473.350.541.284          |
| <b>2016</b>   | 77.977.298                           | 58.684.969                              | 2.629.107            | 205.010.660.012.886          | 154.289.062.792.683          | 4.576.095.315.833.760             | 6.080.459.003.380.800            | 3.443.925.586.530.960            | 6.912.203.617.449          |
| <b>2017</b>   | 90.154.061                           | 63.899.565                              | 2.825.409            | 254.722.095.335.949          | 180.542.406.047.085          | 5.760.805.280.883.460             | 8.127.754.714.791.720            | 4.083.154.407.189.220            | 7.982.936.017.281          |
| <b>2018</b>   | 73.154.160                           | 64.129.783                              | 2.826.957            | 206.803.664.691.120          | 181.292.138.960.331          | 4.691.360.406.347.280             | 5.351.531.125.305.600            | 4.112.629.067.627.090            | 7.991.685.879.849          |
| <b>2019</b>   | 108.846.517                          | 73.813.920                              | 3.512.509            | 382.324.370.581.153          | 259.272.058.325.280          | 8.034.388.098.116.640             | 11.847.564.263.031.300           | 5.448.494.785.766.400            | 12.337.719.475.081         |
| <b>2020</b>   | 59.828.160                           | 83.870.018                              | 3.846.300            | 230.117.051.808.000          | 322.589.250.233.400          | 5.017.788.856.106.880             | 3.579.408.728.985.600            | 7.034.179.919.320.320            | 14.794.023.690.000         |
| <b>2021</b>   | 140.459.912                          | 108.785.150                             | 4.241.856            | 595.810.720.476.672          | 461.450.941.238.400          | 15.279.952.595.906.800            | 19.728.986.879.047.700           | 11.834.208.860.522.500           | 17.993.342.324.736         |
| <b>2022</b>   | 147.447.902                          | 131.059.587                             | 4.931.554            | 727.147.290.899.708          | 646.327.430.508.198          | 19.324.461.140.136.500            | 21.740.883.804.201.600           | 17.176.615.344.610.600           | 24.320.224.854.916         |
| <b>2023</b>   | 172.004.046                          | 129.005.254                             | 4.767.207            | 819.978.892.119.522          | 614.994.749.905.578          | 22.189.425.643.257.700            | 29.585.391.840.370.100           | 16.642.355.559.604.500           | 22.726.262.580.849         |
| <b>Jumlah</b> | <b>932.348.016</b>                   | <b>774.740.529</b>                      | <b>32.125.177</b>    | <b>3.580.870.956.481.890</b> | <b>2.977.211.500.817.630</b> | <b>88.716.066.749.605.700</b>     | <b>109.945.225.937.036.000</b>   | <b>73.556.864.399.723.700</b>    | <b>121.531.748.981.445</b> |

Sumber: *Annual Repport* PT Siantar Top Tbk Tahun 2015-2023 (Data Diolah peneliti 2024)

## 1. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Koefisien korelasi ganda digunakan untuk mencari besarnya kekuatan hubungan dua variabel independen (biaya promosi dan biaya distribusi) secara bersama-sama dengan satu variabel dependen (penjualan) pada PT Siantar Top Tbk Tahun 2015-2023.

Rumus koefisien korelasi berganda tiga variabel adalah sebagai berikut:

$$R_{x_1, x_2, y} = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}}$$

Keterangan:

$R_{x_1, x_2, y}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel  $Y$

$rx_1y$  = Korelasi antara  $X_1$  dengan  $Y$

$rx_2y$  = Korelasi antara  $X_2$  dengan  $Y$

$rx_1x_2$  = Korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan  $X_2$

### Perhitungan Koefisien Korelasi Berganda

Maka koefisien korelasi berganda dari penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

Diketahui:

$$rx_1y = 0,835$$

$$rx_2y = 0,976$$

Sementara untuk nilai  $rx_1x_2$  dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{x_1x_2} = \frac{n(\sum x_1 x_2) - (\sum x_1)(\sum x_2)}{\sqrt{(n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2)(n \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2)}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{9(88.716.066.749.605.700) - (932.348.016)(774.740.529)}{\sqrt{(9.109.945.225.937.036.000 - (932.348.016)^2)(9.73.556.864.399.723.700 - (774.740.529)^2)}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{76.116.805.618.510.500}{\sqrt{7.429.138.685.683.740.000.000.000.000.000}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{76.116.805.618.510.500}{86.192.451.442.592.900}$$

$$r_{x_1x_2} = 0,883102921 = 0,883 \text{ (dibulatkan)}$$

Maka koefisien korelasi bergandanya dapat dihitung sebagai berikut:

$$R_{x_1 \cdot x_2 y} = \sqrt{\frac{(rx_1y)^2 + (rx_2y)^2 - 2 \cdot (rx_1y) \cdot (rx_2y) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}}$$

$$R_{x_1 \cdot x_2 y} = \sqrt{\frac{(0,835)^2 + (0,976)^2 - 2 \cdot (0,835) \cdot (0,976) \cdot (0,883)}{1 - (0,883)^2}}$$

$$R_{x_1 \cdot x_2 y} = \sqrt{\frac{0,210316072}{0,220129231}}$$

$$R_{x_1 \cdot x_2 y} = \sqrt{0,955420916}$$

$$R_{x_1 \cdot x_2 y} = 0,97745635 = 0,977 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi maka diperoleh tingkat hubungan sebesar 0,977. Selanjutnya dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 27 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 14**  
**SPSS Koefisien Korelasi Berganda**  
**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,977 <sup>a</sup> | ,955     | ,941              | 225796,869                 |

a. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi, Biaya Promosi  
Sumber: Data hasil pengolahan SPSS 27

Berdasarkan hasil perhitungan analisis tersebut diperoleh nilai korelasi (R) sebesar 0,977 dimana hasil tersebut sama dengan hasil perhitungan koefisien korelasi berganda secara manual. Berdasarkan penafsiran tingkat hubungan termasuk pada kategori sangat kuat, nilai ini menunjukkan bahwa secara simultan kedua yaitu biaya promosi dan biaya distribusi (variabel bebas) memiliki hubungan yang positif dan sangat kuat terhadap penjualan (variabel terikat). Artinya jika biaya promosi dan biaya distribusi naik, maka penjualan juga akan naik.

## 2. Analisis Koefisien Determinasi

Setelah mengetahui nilai korelasi, maka selanjutnya untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan adalah dengan uji koefisien determinasi (KD) dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

### Perhitungan Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,977^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,955420916 \times 100\%$$

$$KD = 95,5\%$$

Berikut hasil perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 27 :

**Tabel 4. 15**  
**5SPSS Koefisien Determinasi**

| <b>Model Summary</b> |                   |          |                   |                            |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                    | ,977 <sup>a</sup> | ,955     | ,941              | 225796,869                 |

a. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi, Biaya Promosi

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS 27

Berdasarkan hasil perhitungan manual dan SPSS, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,955 atau 95,5%. Nilai ini menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama memengaruhi penjualan sebesar 95,5%, sedangkan sisanya 5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang diteliti oleh peneliti.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari masing-masing variabel yang telah diujikan baik secara simultan. Pada penelitian ini, analisis dilakukan untuk mengetahui pengaruh perubahan biaya promosi dan perubahan biaya distribusi terhadap perubahan penjualan pada PT Siantar Top Tbk.

Untuk mencari nilai regresi linier ganda digunakan rumus persamaan berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Koefisien-koefisien regresi  $b_1$  dan  $b_2$  serta konstanta  $a$  data dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y}{n} - b_1 \left( \frac{\sum x_1}{n} \right) - b_2 \left( \frac{\sum x_2}{n} \right) \\
 b_1 &= \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2} \\
 b_2 &= \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}
 \end{aligned}$$

### Perhitungan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui data sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \sum n &= 9 \\
 \sum X_1 &= 932.348.016 \\
 \sum X_2 &= 774.740.529 \\
 \sum Y &= 32.125.177 \\
 \sum X_1^2 &= 109.945.225.937.036.000 \\
 \sum X_2^2 &= 73.556.864.399.723.700 \\
 \sum Y^2 &= 122.531.748.981.445 \\
 \sum X_1 Y &= 3.580.870.956.481.890 \\
 \sum X_2 Y &= 2.977.211.500.817.630 \\
 \sum X_1 X_2 &= 88.716.066.749.605.700
 \end{aligned}$$

Masukan hasil dari nilai-nilai statistik ke dalam rumus:

$$\begin{aligned}
\text{a. } \sum x_1^2 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} \\
\sum x_1^2 &= 109.945.225.937.036.000 - \frac{(932.348.016)^2}{9} = 13.359.356.721.576.500 \\
\text{b. } \sum x_2^2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n} \\
\sum x_2^2 &= 73.556.864.399.723.700 - \frac{(774.740.529)^2}{9} = 6.865.432.480.257.020 \\
\text{c. } \sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \\
\sum y^2 &= 121.531.748.981.445 - \frac{(32.125.177)^2}{9} = 6.862.082.616.853 \\
\text{d. } \sum x_1 y &= \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n} \\
\sum X_1 Y &= 3.580.870.956.481.890 - \frac{(932.348.016)(32.125.177)}{9} = 252.888.174.304.242 \\
\text{e. } \sum x_2 y &= \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n} \\
\sum x_2 y &= 2.977.211.500.817.630 - \frac{(774.740.529)(32.125.177)}{9} = 211.802.987.128.892 \\
\text{f. } \sum x_1 x_2 &= \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n} \\
\sum x_1 x_2 &= 88.716.066.749.605.700 - \frac{(932.348.016)(774.740.529)}{9} = 8.457.422.846.501.170
\end{aligned}$$

Kemudian masukan hasil jumlah kuadrat ke persamaan  $b_1$ ,  $b_2$ , a:

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$b_1$

$$= \frac{(6.865.432.480.257.020)(252.888.174.304.242) - (8.457.422.846.501.170)(211.802.987.128.892)}{(13.359.356.721.576.500)(6.865.432.480.257.020) - (8.457.422.846.501.170)^2}$$

$$b_1 = \frac{(55.120.736.559.841.300.000.000.000.000)}{20.189.760.347.131.200.000.000.000.000.000}$$

$$b_1 = -0,002730133 = -0,003 \text{ (dibulatkan)}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2$$

$$= \frac{(13.359.356.721.576.500)(211.802.987.128.892) - (8.457.422.846.501.170)(252.888.174.304.242)}{(13.359.356.721.576.500)(6.865.432.480.257.020) - (8.457.422.846.501.170)^2}$$

$$b_2 = \frac{690.769.436.779.647.000.000.000.000}{20.189.760.347.131.200.000.000.000.000}$$

$$b_2 = 0,03421385 = 0,034 \text{ (dibulatkan)}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1 \left( \frac{\sum X_1}{n} \right) - b_2 \left( \frac{\sum X_2}{n} \right)$$

$$a = \frac{32.125.177}{9} - (-0,002730133) \left( \frac{932.348.016}{9} \right) - 0,03421385 \left( \frac{774.740.529}{9} \right)$$

$$a = 3.569.464,111 - (-282.826,0382) - 2.945.206,27$$

$$a = 907.083,8793$$

Nilai-nilai tersebut dimasukan ke dalam rumus persamaan regresi linier berganda berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2$$

$$Y = 907.083,8793 - 0,002730133X_1 + 0,03421385X_2$$

**Tabel 4. 16**  
**SPSS Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)       | 907083,879                  | 246573,318 |                           | 3,679 | ,010 |
|                           | Biaya Promosi    | -,003                       | ,004       | -,120                     | -,656 | ,536 |
|                           | Biaya Distribusi | ,034                        | ,006       | 1,082                     | 5,891 | ,001 |

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS 27

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat diinterpretasikan bahwa:

1. Dengan nilai konstanta sebesar 907.083,8793, artinya bahwa apabila biaya promosi dan biaya distribusi nilainya 0, maka penjualan sebesar 907.083,879.
2. Koefisien regresi biaya promosi bernilai -0,003 menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya promosi 1% akan menurunkan penjualan sebesar -0,003%. Tanda negatif pada koefisien menunjukkan bahwa arah hubungan biaya promosi dengan penjualan adalah berlawanan, yang disebabkan oleh faktor-faktor eksternal.
3. Koefisien regresi biaya distribusi bernilai 0,034 menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya distribusi sebesar 1% akan meningkatkan penjualan sebesar 0,034% dengan asumsi variabel lain tetap. Artinya memiliki hubungan positif dengan penjualan.

#### **4. Uji F (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)**

Untuk menguji hipotesis dan mengetahui signifikansi pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan secara simultan dapat dihitung menggunakan uji f sebagai berikut:

$$F = \frac{r^2}{\frac{(1 - r^2)}{n - k - 1}}$$

Keterangan:

F = Besarnya F hitung

r = Nilai koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Sembilan tahun

### Perhitungan Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui F hitung menggunakan rumus berikut:

Diketahui:

n = 9

k = 2

r = 0,977

$$F = \frac{\frac{r^2}{k}}{\frac{(1 - r^2)}{n - k - 1}}$$

$$F = \frac{\frac{0,977^2}{2}}{\frac{(1 - 0,977^2)}{9 - 2 - 1}}$$

$$F = \frac{\frac{0,955420916}{2}}{\frac{(1 - 0,955420916)}{9 - 2 - 1}}$$

$$F = \frac{0,477710458}{0,007429847}$$

$$F = 64,2961341 = 64,296 \text{ (dibulatkan)}$$

**Tabel 4. 17**  
**SPSS Uji F (Uji Hipotesis atau Uji Signifikan)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                   |    |                   |        |                   |
|--------------------|------------|-------------------|----|-------------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares    | Df | Mean Square       | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 6556177260972,890 | 2  | 3278088630486,445 | 64,296 | ,000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 305905355879,999  | 6  | 50984225980,000   |        |                   |
|                    | Total      | 6862082616852,889 | 8  |                   |        |                   |

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi, Biaya Promosi

Untuk menentukan hipotesis diterima atau ditolak, dipergunakan uji spesikasi sebagai beriku:

1. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka Hipotesis diterima artinya signifikan.
2. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka Hipotesis ditolak artinya tidak signifikan.

Berdasarkan tabel tersebut nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 64,2961341 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 5,14 untuk  $N = 9$  sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $64,296 \geq 5,14$ . Dari hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan diterima. Dengan kata lain hipotetsis yang peneliti ajukan bahwa biaya promosin dan biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan diterima. Artinya bahwa secara simultan biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Pengaruh Biaya Promosi terhadap penjualan pada PT Sianar Top Tbk periode 2015-2023**

Biaya promosi merupakan pengeluaran perusahaan yang digunakan untuk mendukung kegiatan promosi, yaitu upaya menyampaikan informasi, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang produk perusahaan baik barang maupun jasa. Biaya promosi merupakan salah satu faktor yang berperan dalam peningkatan penjualan.

Kondisi biaya promosi pada PT Siantar Top periode 2015-2023 berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi yang terjadi setiap tahunnya mengalami fluktuatif. Pada awal periode, tahun 2015-2017 terjadi kenaikan berturut-turut sebesar 24,78% di tahun 2016 dan 15,58% di tahun 2017 dibanding dengan tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2018 biaya promosi mengalami penurunan yang signifikan sebesar 18,87%. Keadaan tersebut berbalik pada tahun 2019 yang mengalami kenaikan sebesar 48,80%. Pada tahun 2020 mencatat penurunan tajam sebesar 45,03%. Tahun 2021 menjadi titik lonjakan tertinggi, yakni kenaikan sebesar 134,77%, diikuti kenaikan lebih moderat pada tahun 2022 (4,99%) dan pada tahun 2023 (16,65%) sehingga mencapai pengeluaran tertinggi selama periode yaitu sebesar Rp 172.004.046.

Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2025 maka peneliti telah melakukan perhitungan dengan menggunakan teknis analisis data, seperti analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji t (uji hipotesis atau signifikan).

Berdasarkan hasil analisis statistik dengan menggunakan koefisien korelasi sederhana, dapat diketahui nilai uji korelasi antara variabel biaya promosi dengan variabel penjualan pada PT Siantar Top Tbk diperoleh hasil sebesar 0,835. Berdasarkan tabel 3.2 termasuk ke dalam kategori sangat kuat.

Kemudian dari hasil analisis koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa besar persentase pengaruh variabel biaya promosi terhadap variabel penjualan ialah sebesar 69,8%. yang berarti bahwa sebesar 69,8% perubahan penjualan dipengaruhi oleh biaya promosi dan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi faktor lain diluar biaya promosi yang tidak diteliti oleh peneliti.

Selanjutnya dari hasil analisis menggunakan uji t, dapat diketahui ( $df$ ) = 7 dan profitabilitas = 0,05% atau 5% diperoleh nilai  $t_{hitung}$  4,019 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,895 berdasarkan itu nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $4,019 \geq 1,895$ ), yang artinya hipotesis diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

Namun demikian meskipun hasil korelasi sederhana menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki hubungan positif dan sangat kuat dengan penjualan, namun dalam pengujian regresi linier berganda biaya promosi menunjukkan koefisien negatif dan tidak signifikan. Perbedaan ini terjadi karena analisis korelasi hanya melihat hubungan dua variabel tanpa mempertimbangkan variabel lain, sedangkan regresi berganda menguji pengaruh biaya promosi terhadap penjualan dengan mengendalikan variabel biaya distribusi. Kondisi anomali terlihat pada tahun 2021, dimana biaya promosi meningkat sangat signifikan sebesar 134,77%, namun penjualan hanya meningkat sebesar 10,28%. Hal ini menunjukkan bahwa

peningkatan biaya promosi tidak selalu diikuti oleh peningkatan penjualan secara proporsional. Fenomena tersebut dapat dijelaskan oleh kondisi eksternal perusahaan, dimana pada tahun 2021 perekonomian nasional masih terdampak pandemi COVID-19. Kebijakan pemerintah berupa Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdampak pada proses produksi, distribusi, serta aktivitas operasional perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan daya beli masyarakat menurun dan efektivitas kegiatan promosi menjadi tidak optimal.

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Yusnizal dalam Amelia et.al (2022 : 29) yang menyatakan bahwa ‘semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka semakin besar pula volume penjualan yang akan diperoleh perusahaan terkait.

Penelitian ini sejalan dengan teori menurut Assauri (2016 : 225) yang menyatakan bahwa biaya promosi sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Promosi yang tepat sasaran dapat meningkatkan penjualan secara signifikan, karena dapat menjangkau konsumen potensial yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, analisis korelasi biaya promosi memiliki hubungan positif dan kuat terhadap penjualan. Namun, pada hasil regresi linear berganda, biaya promosi menunjukkan arah hubungan yang negatif dan tidak signifikan.

Perbedaan arah hubungan antara korelasi dan regresi menunjukkan adanya pengaruh variabel lain (biaya distribusi) yang lebih dominan dalam model.

Hal ini mengindikasikan bahwa ketika biaya distribusi diperhitungkan secara bersama-sama, pengaruh biaya promosi terhadap penjualan menjadi tidak signifikan.

#### **4.2.2 Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Penjualan pada PT SiantarTop**

##### **Tbk periode 2015-2023**

Biaya distribusi adalah pengeluaran yang timbul dalam proses penyaluran produk dari produsen atau gudang ke konsumen akhir. Tjiptono dan Diana (2020 : 191) menjelaskan bahwa biaya distribusi adalah semua biaya yang timbul dari kegiatan penyaluran produk dari produsen ke konsumen, termasuk biaya transportasi, penyimpanan, penanganan, dan layanan lainnya.

Kondisi biaya distribusi pada PT Siantar Top Tbk selama 2015-2023 cenderung mengalami peningkatan dengan tren yang relatif stabil dibanding biaya promosi. Pada 2015-2017, biaya distribusi meningkat meskipun 2016 sempat turun 4,57%. Peningkatan signifikan terjadi pada periode 2020-2022, yakni 13,62%, 29,70%, dan 20,44% berturut-turut, yang mencerminkan upaya perusahaan memperluas jangkauan distribusi. Pada 2023, biaya distribusi sedikit menurun 1,57%, namun tetap berada pada angka yang tinggi yaitu Rp129.005.253.

Untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023 maka peneliti telah melakukan perhitungan dengan menggunakan teknik analisis data, seperti analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji t (uji hipotesis atau uji signifikan).

Berdasarkan hasil analisis statistik dengan menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dapat diketahui bahwa nilai uji korelasi antara variabel biaya

distribusi dengan variabel penjualan pada PT Siantar Top Tbk diperoleh hasil sebesar 0,976. Berdasarkan tabel 3.2 termasuk ke dalam kategori sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan biaya distribusi berkaitan dengan perubahan tingkat penjualan.

Kemudian dari hasil analisis determinasi, dapat diketahui bahwa pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan adalah sebesar 95,2%. Yang berarti bahwa sebesar 95,2% perubahan penjualan dipengaruhi oleh biaya distribusi dan sisanya sebesar 4,8% dipengaruhi faktor lain diluar biaya distribusi yang tidak diteliti oleh peneliti.

Selanjutnya hasil dari analisis menggunakan uji t, dapat diketahui nilai derajat (df) = 7 dan profitabilitas = 0,05% diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,812 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,365. Dengan demikian nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $11,812 > 2,365$ ), yang artinya hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisma Amelia, Reza, dan Noor Ellyawatitahun 2022 dengan judul pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Martina Berto periode 2011-2020, dengan hasil biaya distribusi tidak berpengaruh secara parsial terhadap penjualan.

Penelitian ini sejalan dengan teori menurut Swastha dan Irawan (2014 : 190–191) yang menjelaskan: distribusi yang efisien berperan dalam memperluas pasar

dan mendekatkan produk ke konsumen. Penjualan akan meningkat apabila produk tersedia tepat waktu dan dalam kondisi baik.

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya distribusi dan penjualan pada PT Siantar Top Tbk terdapat keterkaitan satu sama lain. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan biaya distribusi mampu mendukung kelancaran penyaluran produk sehingga berkontribusi terhadap peningkatan penjualan perusahaan.

#### **4.2.3 Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023**

Penjualan adalah salah satu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk meraih keuntungan yang diharapkan. Menurut Intan Rahma et.al (2023 : 107) penjualan merupakan kegiatan atau proses menjual produk atau layanan kepada pelanggan dengan tujuan mendapatkan pendapatan atau keuntungan.

Berdasarkan hasil uji statistik dalam penelitian ini bahwa biaya promosi dan biaya distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk periode 2015-2023. Hal tersebut diketahui dari Uji F bahwa nilai biaya promosi dan biaya distribusi dilihat dari  $F_{hitung}$  64,296 yang lebih besar dari  $\geq F_{tabel}$  sebesar 5,14. Maka hipotesis diterima dengan kata lain hipotesis yang peneliti ajukan bahwa biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan diterima.

Kemudian untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD), didapat nilai KD sebesar 95,5%. Hal ini berarti pengaruh biaya

promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan pada PT Siantar Top Tbk sebesar 95,5% sedangkan sisanya 5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan persamaan linear berganda diperoleh nilai konstanta sebesar 907.083,879 artinya bahwa apabila biaya promosi dan biaya distribusi nilainya 0, maka penjualan sebesar 907.083,879. Koefisien regresi biaya promosi ( $X_1$ ) bernilai -0,002730133 menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya promosi 1% akan menurunkan penjualan sebesar -0,003 (dibulatkan). Hal ini menunjukkan hubungan negatif antara biaya promosi dan penjualan. Koefisien regresi biaya distribusi ( $X_2$ ) bernilai 0,03421385 menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya distribusi sebesar 1% akan meningkatkan penjualan sebesar 0,034% dengan asumsi variabel lain tetap. Artinya memiliki hubungan positif dengan penjualan dalam model penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna, Nadhiatul Khoiroh, dan Muhammad Ridho dengan judul pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2015-2019, dengan hasil terdapat pengaruh antara biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan.

Penelitian ini sejalan dengan teori Malida dan Suzan (2020:7) yang menyatakan bahwa: biaya promosi dan biaya distribusi memiliki pengaruh yang nyata dan positif terhadap penjualan. Ketika kedua biaya ini dikeluarkan secara optimal oleh perusahaan, maka penjualan cenderung mengalami peningkatan.

Kedua komponen biaya tersebut saling mendukung dalam mendorong kinerja penjualan.

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap penjualan, dikarenakan kedua biaya tersebut baik yang berdampak kecil maupun besar tetap berkontribusi terhadap perubahan penjualan perusahaan. Artinya setiap pengeluaran yang dialokasikan untuk promosi maupun distribusi memiliki keterkaitan langsung dengan peningkatan atau penurunan penjualan. Secara keseluruhan, perusahaan telah berhasil mengelola biaya promosi dan biaya distribusi dengan cukup baik, dimana promosi tetap memberikan kontribusi meskipun perlu diarahkan lebih efektif atau tepat sasaran, sementara distribusi mampu menjaga pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan. Di antara variabel yang diteliti, biaya distribusi merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi penjualan pada PT Siantar Top Tbk.