**RINGKESAN**

**CV. Mitra Sejati mangrupakeun salah sahiji pausahaan nu mana pausahaan ieu ngajual rupa-rupa barang tambahan *handphone* nu ngadegkeun ku Bapak Jendri Tan, CV. Mitra Sejati enggeus berkembang jeung ngabogaan sababaraha cabang di kota-kota ageung di Indonesia siga Jakarta, Surabaya, Makassar jeung Bandung. Di na kagiatan bisnisna panalungtik manggih sababaraha masalah, nyaeta henteu ngahontalna tujuan penjualan ti unggal taun utamana ti 3 taun kiwari nu kajadian ti taun 2013-2015. Permasalahan eta nurut sangkaan disababkeun teu acan terlaksanana fungsi-fungsi saluran sebaran nu efektif jeng efisien kaasup nyaeta fungsi *information, physical possession*, jeung *risk taking.***

**Tujuan panalungtikan yen nyaho gedena epek saluran sebaran ka tujuan penjualan dina CV. Mitra Sejati di Kota Bandung. Padika panalungtikan anu dianggo nyaéta padika deskriptif analisis, dimana anu janten variabel X na nya eta saluran sebaran sarta ani janten variabel Y na nya eta tujuan penjualan. Tehnik pangempalan data dipigawé kalawan panalungtikan kapustakaan sarta panalungtikan lapang, dina panalungtikan lapang ieu panalungtik ngalakukeun wawancara, observasi non partisipan, jeung nyebarkeun angket ka pagawe CV. Mitra Sejati. Tehnik analisis data anu dianggo nyaeta padika *sucsessive interval,* uji validitas alat ukur, uji realibilitas, uji hipotesis, koefisien korelasi pearson, uji signifikansi, hubungan, pengujian regresi linier sederhana dan koefisien determinasi.**

**Dumasar data anu ditampa ti hasil panalungtikan, kira-kira pangaruh saluran sebaran ka tujuan penjualan CV. Mitra Sejati nunjukkeun yen regresi linier sederhana Y=0.993+0.531X+e jeung koefisien korelasi rank spearman meunang di na angka 0.844 artina hubungan antara saluran sebaran jeung tujuan penjualan boga timgkat hubungan nu kuat pisan jeng dina arah nu sarua atawa dina basa sejen upami saluran sebaran ditingkatkeun terus tujuan penjualan oge nambahan atawa sabalikna. Sedengkeun pikeun prosentasi kontribusi di antara saluran sebaran ka tujuan penjualan nu didapet ti koefisien determinasi saageung 71.2% sesana, saageung 28.8% variabel tujuan penjualan dipangaruhan ku faktor-faktor nu sejen nu kapisah ti kagiatan saluran sebaran nu mangaruhan penjualan barang dina CV. Mitra Sejati di Kota Bandung.**

**Halangan-halangan anu disanghareupan ku CV. Mitra Sejati nya eta kirang optimalna pangempalan inpormasi nu sihungan sareng langganan, kirangna sarana transportasi nu nyokongan pausahaan dina panyebaran barang, pausahaan kirang nengetan resiko karuksakan barang dina kagiatan saluran sebaran. Usaha-usaha anu dilakukeun pausahaan kanggo nyelesekeun halangan-halangan nya eta nyewa mobil tambaheun atawa dana kanggo meser mobil anyar, ngagunakeun sarana nu aya kanggo pangempelan inpormasi nu sihungan atawa langganan, dilakukeun pangawasan unggal kagiatan pangangkutan atawa dina nendeun barang.**

**Bongbolongan-bongbolongan anu bisa panalungtik kamukakeun nyaeta diharepan pausahaan leuwih ngaoptimalkeun fungsi saluran sebaran utamana dina pangempelan inpormasi nu sihungan jeng langganan, nambihankeun sarana transportasi kanggo panyebareun barang, dilakukeun pangawasan dina pangangkutan barang jeung atawa pamilihan barang-barang nu asup ka pausahaan.**

**Kecap konci: saluran sebaran sarta tujuan penjualan.**