**ABSTRAK**

**CV. Mitra Sejati merupakan salah satu perusahaan dimana perusahaan ini menjual berbagai macam aksesoris *handphone* yang didirikan oleh Bapak Jendri Tan, CV. Mitra Sejati telah berkembang dan memiliki beberapa cabang di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Makassar dan Bandung. Dalam kegiatan usahanya peneliti menemukan beberapa masalah, yaitu tidak tercapainya target penjualan pada tiap periode khususnya 3 periode terakhir yang terjadi pada tahun 2013-2015. Permasalahan tersebut diduga disebabkan belum terlaksanakannya fungsi-fungsi saluran distribusi dengan efektif dan efisien diantaranya fungsi *information, physical possession* dan *Risk Taking.***

**Tujuan penelitian untuk mengetahui besarnya pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Tujuan Penjualan pada CV. Mitra Sejati di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, dimana variabel X adalah saluran distribusi dan yang menjadi variabel Y adalah tujuan penjualan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan, dalam penelitian lapangan ini peneliti melakukan wawancara, observasi non partisipan, dan penyebaran angket kepada karyawan CV. Mitra Sejati. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *sucsessive interval*, uji validitas alat ukur, uji realibilitas, uji hipotesis, koefisien korelasi pearson, uji signifikansi hubungan, pengujian regresi linier sederhana dan koefisien determinasi.**

**Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, mengenai pengaruh saluran distribusi terhadap tujuan penjualan pada CV. Mitra Sejati menunjukkan bahwa regresi linier sederhana Y=0.993+0.531X+e dan koefisien korelasi rank spearman didapat di angka 0.844 artinya hubungan antara Saluran distribusi dengan Tujuan penjualan mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat dan searah dengan kata lain apabila Saluran distribusi ditingkatkan maka Tujuan penjualan akan bertambah begitu pula sebaliknya. Sementara prosentasi kontribusi antara saluran distribusi terhadap tujuan penjualan yang didapat dari koefisien determinasi sebesar** **71.2%. sisanya, sebesar 28.8% variabel Tujuan penjualan diberikan oleh faktor-faktor lain selain kegiatan saluran distribusi yang mempengaruhi penjualan produk pada CV. Mitra Sejati di Kota Bandung.**

**Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh CV. Mitra Sejati dalam melaksanakan fungsi saluran distribusi adalah kurang optimalnya pengumpulan informasi mengenai pesaing dan pelanggan, kurangnya sarana transportasi sebagai alat angkut yang dimiliki perusahaan dalam mendukung kelancaran pendistribusian produk, perusahaan kurang memperhatikan resiko kerusakan produk dalam kegiatan saluran distribusi. Usaha-usaha yang dilakukan perusahaan untuk menanggulanginya antara lain menyewa sarana transportasi tambahan, menggunakan sarana yang ada seperti media elektronik dalam pengumpulan informasi mengenai pesaing dan pelanggan, dilakukannya pengawasan pada tiap pengangkutan maupun pengaturan penyimpanan produk.**

**Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu diharapkan perusahaan lebih mengoptimalkan fungsi saluran distribusi khususnya pengumpulan informasi mengenai pesaing dan pelanggan, menambahkan jumlah kendaraan sebagai alat angkut pendistribusian produk, memberikan pengawasan dalam pengangkutan maupun pengaturan penyimpanan produk serta dilakukannya penyeleksian ketat pada produk yang masuk pada perusahaan.**

**Kata Kunci : Saluran Distribusi dan Tujuan Penjualan**