



# **PENGARUH VOLUME, SALURAN AKUISISI KONSUMEN, DAN TINGKATAN PELANGGAN TERHADAP KEBERHASILAN TRANSAKSI PT XYZ**

**MISAEI MARCELL SULAIMAN**



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**



## @Hak cipta milik IPB University

### Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Volume, Saluran Akuisisi Konsumen, dan Tingkatan Pelanggan Terhadap Keberhasilan Transaksi PT XYZ” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, 31 Juli 2026

Misael Marcell Sulaiman  
H3401221037



## ABSTRAK

MISAEEL MARCELL SULAIMAN. Pengaruh Volume, Saluran Akuisisi Konsumen, dan Tingkatan Pelanggan Terhadap Keberhasilan Transaksi PT XYZ. Dibimbing oleh SUHARNO.

Perkembangan pemasaran digital mendorong agregator B2B mengoptimalkan saluran akuisisi dan proses penjualan. Penelitian ini menganalisis pengaruh volume transaksi, saluran akuisisi, dan tingkatan pelanggan terhadap penerimaan aktual serta keputusan pembelian PT XYZ. Menggunakan data sekunder internal periode Januari-April 2026 (304 prospek untuk regresi logistik dan 149 transaksi aktual untuk regresi linear berganda), hasil menunjukkan volume, saluran akuisisi konsumen, tingkatan pelanggan, dan interaksi volume-saluran berpengaruh signifikan terhadap penerimaan. Saluran organik menghasilkan penerimaan lebih tinggi dan meningkatkan peluang keputusan pembelian sebesar 4,59 kali dibanding saluran berbayar. Sebaliknya, volume berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian akibat kompleksitas transaksi B2B berskala besar, sedangkan tingkatan pelanggan tidak signifikan. Implikasi manajerial menyarankan penerapan *Fast-Track Desk*, *Tiered Value Engineering*, serta strategi retensi terdedikasi pelanggan *Tier A*.

Kata kunci: keputusan pembelian, penerimaan perusahaan, pemasaran digital, regresi logistik, regresi linear berganda, saluran akuisisi konsumen

## ABSTRACT

MISAEEL MARCELL SULAIMAN. *The Effects of Transaction Volume, Consumer Acquisition Channel, and Customer Tier PT XYZ's Transaction Success. Supervised by SUHARNO.*

Digital marketing developments encourage B2B aggregators to optimize acquisition channels and sales processes. This study analyzes the effects of transaction volume, acquisition channels, and customer tiers on actual revenue and purchase decisions at PT XYZ. Utilizing internal secondary data from January-April 2026 (304 prospects for logistic regression and 149 closed transactions for multiple linear regression), results show volume, consumer acquisition channel, customer tier, and volume-channel interaction significantly affect revenue. Organic channels yield higher revenue and increase closing odds by 4.59 times compared to performance marketing. Conversely, volume negatively influences purchase decisions due to large-scale B2B transaction complexities, while customer tiers are non-significant. Managerial implications suggest implementing a *Fast-Track Desk*, *Tiered Value Engineering*, and dedicated retention strategies for *Tier A* accounts.

Keywords: Company revenue, customer acquisition channels, digital marketing, logistic regression, multiple linear regression, purchase decision



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026<sup>1</sup>  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

# **PENGARUH VOLUME, SALURAN AKUISISI KONSUMEN, DAN TINGKATAN PELANGGAN TERHADAP KEBERHASILAN TRANSAKSI PT XYZ**

**MISAEL MARCELL SULAIMAN**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**



*@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M.
- 2 Eva Yolynda Aviny, S.P, M.M.

Judul Skripsi : Pengaruh Volume, Saluran Akuisisi Konsumen, dan Tingkatan Pelanggan Terhadap Keberhasilan Transaksi PT XYZ

Nama : Misael Marcell Sulaiman  
NIM : H3401221037

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing:  
Dr. Ir. Suharno, M.ADev.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis:  
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.  
NIP. 196802151999031001





## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari hingga April 2026 ini adalah pemasaran agribisnis, dengan judul “Pengaruh Volume, Saluran Akuisisi Konsumen, dan Tingkatan Pelanggan Terhadap Keberhasilan Transaksi PT XYZ”.

Penyusunan skripsi ini menjadi bagian dari perjalanan akademik yang berharga bagi penulis. Berbagai dukungan dari banyak pihak telah berperan penting dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Suharno, M.ADev. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi. Ibu Dr. Etriya, S.P., M.M. selaku dosen evaluator kolokium, Ibu Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M. selaku dosen moderator seminar, serta Ibu Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M. dan Ibu Eva Yolynda Aviny, S.P., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan evaluasi dan masukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen, tenaga kependidikan, dan sivitas akademika di IPB University dan National Taiwan University yang telah memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, serta dukungan selama masa perkuliahan.
3. Kedua orang tua tercinta, Ibu Jany Effendy dan Bapak Ian Sulaiman, serta kakak terkasih, Daniel Yedijaokto Sulaiman atas kasih sayang, semangat, dan doa yang telah menjadi salah satu sumber motivasi terbesar penulis untuk menghadapi berbagai tantangan tidak hanya dalam bidang akademik, tetapi juga dalam kehidupan penulis untuk terus meraih mimpi-mimpinya.
4. Sahabat-sahabat dari *Bobo* (Monika, Agnia, Aziz, Imelda, Dian, Julpi, Ara, Rimta, dan Sofi), *Bethich!!* (Dea, Adit, Wulan, Ulfah, Aufa, Ingrid, Ale), *Dinner Yumm Yumm Yuhh* (Rafi, Sharon, Sammy, dan Ruth), *Clerb Club* (Winston, Vanya, dan Sayf), Narendro Wicaksono, Laraisa Tabina, Cindy Grasia Pasaribu, Aqilah Nur Azizah, Daphne Tan, Antonio Lam, Sakura Murayama, Ethan Huang, dan Claire Xu, yang telah menemani, menyemangati, dan memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam berbagai aktivitas di dalam dan luar kampus.
5. Rekan-rekan Agribisnis 59, IISMA NTU 2024, *PingPongSai*, AIESEC in IPB, AIESEC in Thailand, AIESEC in Cambodia, Gandeng Foundation, StudentsCatalyst, 180 Degrees Consulting IPB, KKNT Malaysia 2025, Lokasoka, dan seluruh kerabat, sahabat, teman, rekan, dan pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuan dan dukungannya selama masa studi dan proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, 31 Juli 2026

Misael Marcell Sulaiman



## DAFTAR ISI

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| DAFTAR TABEL                                                   | ix |
| DAFTAR GAMBAR                                                  | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN                                                | ix |
| PENDAHULUAN                                                    | 1  |
| 1.1 Latar Belakang                                             | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah                                            | 4  |
| 1.3 Tujuan Penelitian                                          | 5  |
| 1.4 Manfaat Penelitian                                         | 5  |
| 1.5 Ruang Lingkup                                              | 6  |
| TINJAUAN PUSTAKA                                               | 8  |
| 2.1 Efektivitas Saluran Akuisisi Konsumen dalam Bisnis Digital | 8  |
| 2.2 Stabilitas Penerimaan Melalui <i>Customer Retention</i>    | 9  |
| 2.3 Peran Data Penjualan dalam Pengambilan Keputusan Bisnis    | 10 |
| KERANGKA PEMIKIRAN                                             | 11 |
| 3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis                                | 11 |
| 3.2 Kerangka Pemikiran Operasional                             | 16 |
| METODE PENELITIAN                                              | 18 |
| 4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian                                | 18 |
| 4.2 Jenis dan Sumber Data                                      | 18 |
| 4.3 Metode Penentuan Sampel                                    | 19 |
| 4.4 Metode Analisis dan Pengolahan Data                        | 19 |
| 4.5 Hipotesis Penelitian                                       | 32 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN                                           | 34 |
| 5.1 Gambaran Umum PT XYZ                                       | 34 |
| 5.2 Struktur Organisasi Perusahaan                             | 35 |
| 5.3 Karakteristik Klien PT XYZ                                 | 36 |
| 5.4 Karakteristik Transaksi PT XYZ                             | 37 |
| 5.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda                     | 52 |
| 5.6 Hasil Analisis Regresi Logistik                            | 55 |
| 5.7 Interpretasi Model                                         | 57 |
| 5.8 Implikasi Manajerial                                       | 61 |
| SIMPULAN DAN SARAN                                             | 65 |
| 6.1 Simpulan                                                   | 65 |
| 6.2 Saran                                                      | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA                                                 | 67 |
| LAMPIRAN                                                       | 72 |
| RIWAYAT HIDUP                                                  | 75 |



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## DAFTAR TABEL

|    |                                                           |    |
|----|-----------------------------------------------------------|----|
| 1  | Variabel penelitian                                       | 20 |
| 2  | Matriks keterkaitan tujuan penelitian, data, dan analisis | 21 |
| 3  | Karakteristik klien PT XYZ berdasarkan jenis klien        | 36 |
| 4  | Karakteristik produk pesanan potensial                    | 38 |
| 5  | Karakteristik produk pesanan aktual                       | 39 |
| 6  | Karakteristik penerimaan potensi perusahaan per bulan     | 40 |
| 7  | Karakteristik penerimaan aktual perusahaan per bulan      | 42 |
| 8  | Karakteristik saluran akuisisi konsumen potensial         | 43 |
| 9  | Karakteristik saluran akuisisi konsumen aktual            | 44 |
| 10 | Karakteristik tahapan penjualan potensial                 | 45 |
| 11 | Persentase masing-masing tahap penjualan                  | 46 |
| 12 | Karakteristik tingkatan pelanggan potensial               | 48 |
| 13 | Karakteristik tingkatan pelanggan aktual                  | 49 |
| 14 | Karakteristik kegagalan transaksi                         | 50 |
| 15 | Uji statistik model regresi linear berganda               | 52 |
| 16 | Estimasi parameter model regresi linear berganda          | 52 |
| 17 | Hasil uji multikolinearitas                               | 54 |
| 18 | Uji statistik model regresi linear berganda               | 56 |
| 19 | Estimasi parameter model regresi logistik                 | 56 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |                                                                                  |    |
|---|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | Pertumbuhan GDP sektor agribisnis Indonesia                                      | 1  |
| 2 | Perbandingan pertumbuhan internet dengan pertumbuhan kelas menengah di Indonesia | 3  |
| 3 | Kerangka pemikiran operasional                                                   | 17 |
| 4 | Struktur organisasi PT XYZ                                                       | 36 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |                                                         |    |
|---|---------------------------------------------------------|----|
| 1 | Lampiran 1 Hasil analisis regresi linear berganda STATA | 72 |
| 2 | Lampiran 2 Hasil uji korelasi STATA                     | 72 |
| 3 | Lampiran 3 Hasil uji heteroskedastisitas STATA          | 72 |
| 4 | Lampiran 4 Hasil uji multikolinearitas STATA            | 73 |
| 5 | Lampiran 5 Hasil uji normalitas data STATA              | 73 |
| 6 | Lampiran 6 Hasil uji regresi logistik STATA             | 73 |
| 7 | Lampiran 7 Glosarium terminologi teknis penelitian      | 73 |