

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil Pabrik Petis UD HSN

UD HSN adalah salah satu jenis usaha produksi petis ikan yang berada di Pamekasan, tepatnya beralamat di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Perusahaan petis ikan dengan merek “HSN” sudah berkembang selama 9 tahun yaitu didirikan pada tanggal 20 Desember 2012. Usaha ini didirikan oleh ibu Hj. Hasanah selaku warga Desa Konang Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan, yang kemudian diteruskan oleh suaminya yaitu Bapak H. Abdullah. Usaha ini dibangun dengan luas tanah sekitar 1100 m². Pemberian nama “HSN” pada usaha ini karena merupakan singkatan nama dari istri pemilik yaitu “Hasanah” yang sudah almarhumah. Awal didirikannya usaha ini, sedikit mengalami kendala terkait dengan bahan-bahan yang dikumpulkan dan dalam segi pemasaran produknya, karena masih belum banyak orang yang mengetahuinya, serta masih membutuhkan proses sedikit demi sedikit untuk mengembangkan pemasaran petis ikan tuna.

Usaha ini didirikan untuk memajukan sektor perekonomian keluarga dan terhadap masyarakat. Tujuan didirikannya usaha ini yaitu untuk membangun atau dapat menompang ekonomi keluarga dan memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat atau warga sekitar. Selain itu, alasan didirikannya usaha ini untuk menambah produk unggulan di Madura, khususnya Pamekasan. Pandangan kedepan dalam berdirinya perusahaan petis yaitu untuk memiliki prospek bisnis

yang baik, karena semakin berkembang pesatnya dunia digital yang memiliki peluang pemasaran yang sangat bagus.

Petis merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat Madura yang memiliki citra rasa agak asin. Selain itu, daerah-daerah tapal kuda merupakan penikmat dari petis ikan merek “HSN” ini, sehingga produk ini telah berjalan dan telah banyak dipasarkan di pasar tradisional yang ada di daerah Madura bahkan sampai keluar pulau Madura atau sampai ke Jawa.

UD HSN ini memproduksi petis 3x dalam seminggu yang jumlahnya dapat menghasilkan 300 drum per minggunya. Usaha ini memiliki 5 orang karyawan. Selain itu usaha ini melayani konsumen berdasarkan pemesanan, tetapi juga menyediakan stok petis setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Bapak Abdullah, selaku pemilik usaha ini mengemas petis dengan menggunakan plastik, palet dan koplok, tergantung dari permintaan konsumen. Harga petis yang dijual mulai dari Rp. 4.500,00 sampai Rp. 220.000,00 dan juga memiliki izin dari pemerintah dan Departemen Kesehatan RI dengan No. SP: 07/13/34/2013.

a. Visi dan Misi UD Petis HSN

1) Visi

Mengembangkan bisnis lokal atau produk lokal yaitu produk unggulan Madura agar bisa menjadikan produk Nasional dan memberikan peluang kerja kepada masyarakat sekitar untuk mensejahterakan ekonominya.

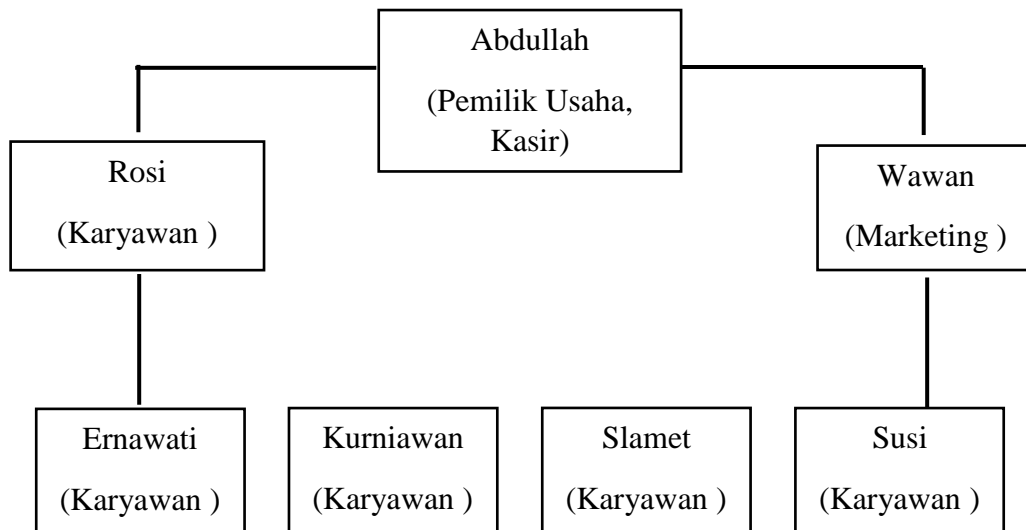
2) Misi

Berupa untuk terus menjaga produk lokal menjadi produk unggulan. Berupaya untuk terus memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar agar bisa megembangkan ekonomi masyarakat.

b. Struktur Organisasi Pabrik Petis UD HSN

Struktur organisasi merupakan salah satu kerangka penting yang menunjukkan hubungan kerja antara bagian/orang yanag mempunyai tanggungjawab dalam suatu perusahaan/organisasi. Berikut adalah struktur organisasi UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan:

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Pabrik Petis UD HSN



Sumber: Data primer diolah, 2021

2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner/angket pada konsumen pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Penelitian ini menyebarkan kuesioner sebanyak 100 kuesioner kepada konsumen pabrik petis UD HSN dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Accidental Sampling*, merupakan pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Artinya, siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut sesuai/cocok dengan sumber data dalam penelitian ini. Berikut rincian pengumpulan data penelitian yang ditunjukkan dalam tabel, sebagai berikut:

Tabel 4.2

Rincian Penyebaran dan Pengembalian Koesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang digugurkan	0
Kueisioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100
Tingkat pengembalian yang digunakan	100

Sumber: Data Primer diolah, 2021

b. Deskripsi Data Responden

Gambaran umum responden bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari konsumen yang dipilih menjadi responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan

sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian kepada 100 responden melalui koesioner yang disebar oleh peneliti, penggolongan konsumen didasarkan pada jenis kelamin, usia/umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Adapun responden dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Data mengenai responden dalam penelitian ini yaitu konsumen UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	31	31%
Perempuan	69	69%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.3 diatas, dapat diketahui jenis kelamin konsumen UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang lebih banyak adalah perempuan, yaitu sebanyak 69 orang atau 69%, sedangkan sisanya adalah laki-laki sebanyak 31 orang atau 31%. Dari keterangan tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa konsumen UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan didominasi oleh perempuan, sehingga dapat ditampilkan gambar sebagai berikut:

Gambar 4.1
Jenis Kelamin Responden



Sumber: Data Primer diolah, 2021

2) Usia

Karakteristik responden konsumen UD HSN di DesaKonang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan juga dapat dilihat berdasarkan usia. Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan usia responden menjadi 5 kelompok, diantaranya usia 20-25 th, usia 26-30 th, usia 31-35 th, 36-40 th, dan >40 th. Berdasarkan data yang diperoleh, maka diketahui karakteristik konsumenUD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Usia Responden

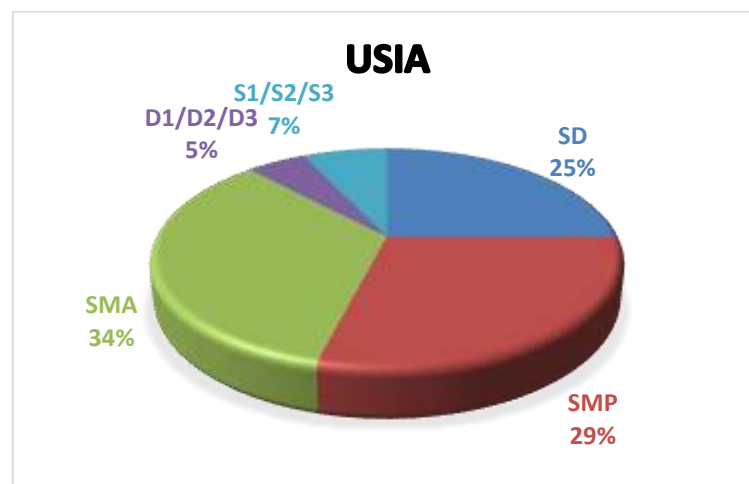
Usia	Jumlah	Persentase
20-25th	11	11%
26-30th	18	18%

31-35th	8	8%
36-40th	27	27%
>40th	36	36%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subyek atau responden yaitu usia 20-25 th sebanyak 11 orang atau 11%, usia 26-30th sebanyak 18%, usia 31-35th sebanyak 8 orang atau 8%, usia 36-40 sebanyak 27 orang atau 27%, dan usia >40th sebanyak 36 orang atau 36%. Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen UD HSN di Desa Konang Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan yaitu usia >40th. Pengelompokkan responden berdasarkan usia juga dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.2
Karakteristik Usia Presponden

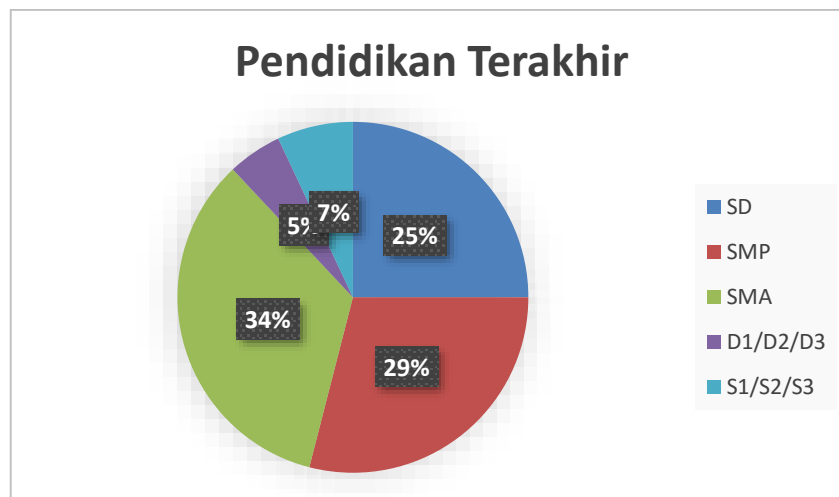


Sumber: Data Primer Diolah, 2021

3) Pendidikan Terakhir

Data mengenai pendidikan terakhir responden, dalam penelitian ini peneliti mengelompokkan menjadi 5 bagian yaitu, SD, SMP, SMA, D1/D2/D3, S1/S2/S3. Adapun data mengenai pendidikan terakhir konsumen di UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupate Pamekasan yang dijadikan subyek/responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Pendidikan Terakhir Responden



Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan gambar 4.3 diatas, menunjukkan bahwa pendidikan terakhir konsumen UD HSN di Desa Konang Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan yang dijadikan sebagai responden yaitu SD sebanyak 25 orang atau 25%, SMP sebanyak 29 orang atau 29%, SMA sebanyak 34 orang atau 34%, D1/D2/D3 sebanyak 5 orang atau 5 % dan S1/S2/S3 sebanyak 7 orang atau 7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen paling banyak yang dijadikan

responden dalam penelitian ini didominasi oleh SMA sebanyak 34 orang atau 34%.

4) Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, peneliti membaginya menjadi 5 kelompok, yaitu mahasiswa, swasta, wiraswasta, PNS dan pekerjaan selain yang disebutkan. Adapun karakteristik responden UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Pekerjaan Responden

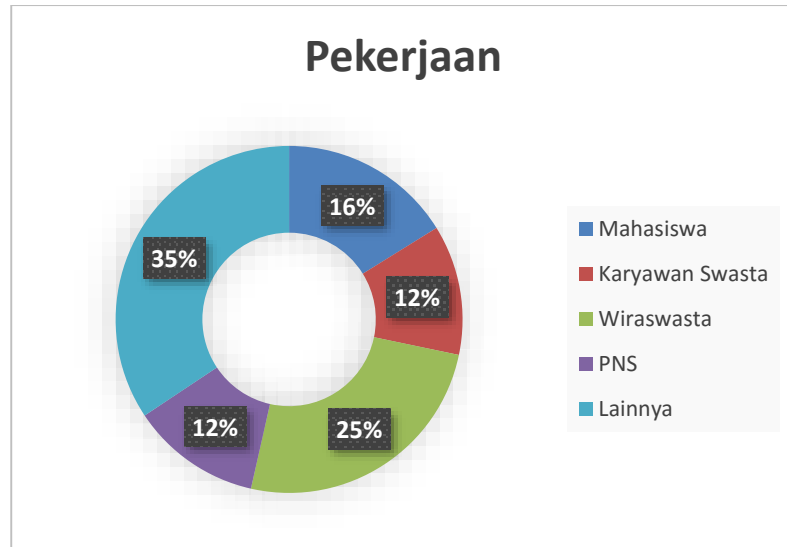
Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	16	16%
Karyawan Swasta	12	12%
Wiraswasta	25	25%
PNS	13	13%
Lainnya	34	34%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi responden mempunyai pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 16 orang atau 16%, karyawan swasta sebanyak 12 orang atau 12%, wiraswasta sebanyak 25 orang atau 25%, Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 13 orang atau 13% dan pekerjaan lainnya sebanyak 34 orang atau 34%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh konsumen yang memiliki pekerjaan lainnya selain yang disebutkan dalam penelitian ini.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.4
Karakteristik Pekerjaan Responden



Sumber: Data Primer diolah, 2021

3) Deskripsi Variabel

Tanggapan konsumen yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengenai harga dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan dapat dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel independen/bebas dalam penelitian ini yaitu harga (X1) dengan jumlah item pernyataan sebanyak 5 butir dan kualitas produk (X2) dengan item pernyataan sebanyak 8 butir, serta variabel dependen/terikat yaitu tingkat penjualan (Y) dengan jumlah item pernyataan sebanyak 4 butir.

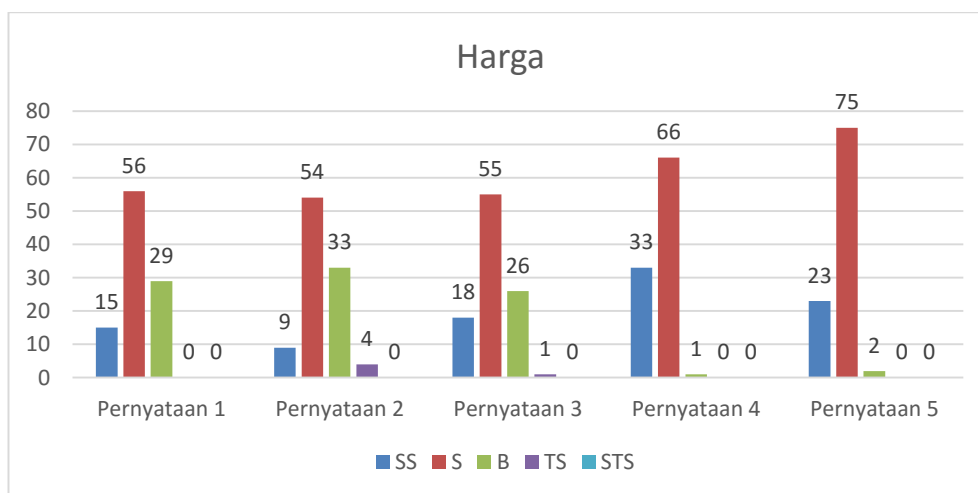
Tabel 4.6
Daftar Pernyataan Kuesioner

No	Pernyataan
	Harga
1	Harga produk petis UD HSN dapat dijangkau oleh semua konsumen
2	Harga produk petis UD HSN sesuai dengan kualitas yang ada
3	Harga produk petis UD HSN lebih murah dibandingkan dengan produk petis yang lain
4	Harga produk petis UD HSN sesuai dengan manfaat yang saya rasakan
5	Harga produk yang dapat bersaing dengan produk lain
	Kualitas Produk
1	Produk petis UD HSN mampu memberikan hasil dari pemakaian produk seperti yang diinginkan
2	Produk petis UD HSN terjami steril, awet, dan memiliki daya tahan lama
3	Produk petis UD HSN memiliki tekstur dan cita rasa yang baik
4	Produk petis UD HSN aman untuk dikonsumsi sehingga bebas dari efek samping
5	Produk petis UD HSN disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan/konsumen
6	Pabri petis UD HSN memiliki tingkat pelayanan yang baik dan ramah
7	Produk petis UD HSN memiliki kemasan bervariasi dan menarik sesuai selera konsumen
8	Produk UD HSN dikemas dengan kemasan yang menarik
	Tingkat Penjualan
1	Karyawan UD HSN memiliki sifat sopan santun dalam melayani konsumen
2	UD HSN memproduksi petis sesuai dengan permintaan atau keinginan konsumen

3	Produk petis UD HSN memiliki cita rasa sedap dan harga terjangkau
4	Produk petis UD HSN mampu bersaing di pasaran

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diperoleh jawaban responden sebanyak 100 responden dari variabel harga (X1, kualitas produk (X2) dan tingkat penjualan (Y). Kemudian hasil tersebut dikelompokkan dengan menghitung frekuensi dan persentasenya, dengan penilaian setiap butir pernyataan diberi skor 5-4-3-2-1.

Gambar 4.5
Tanggapan Responden Tentang Harga



Berdasarkan gambar 4.5 tersebut, adapun jawaban responden tentang harga dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pernyataan 1, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 15 responden, tanggapan Setuju (S) sebanyak 56 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 29 responden.

Pernyataan 2, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 9 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 54

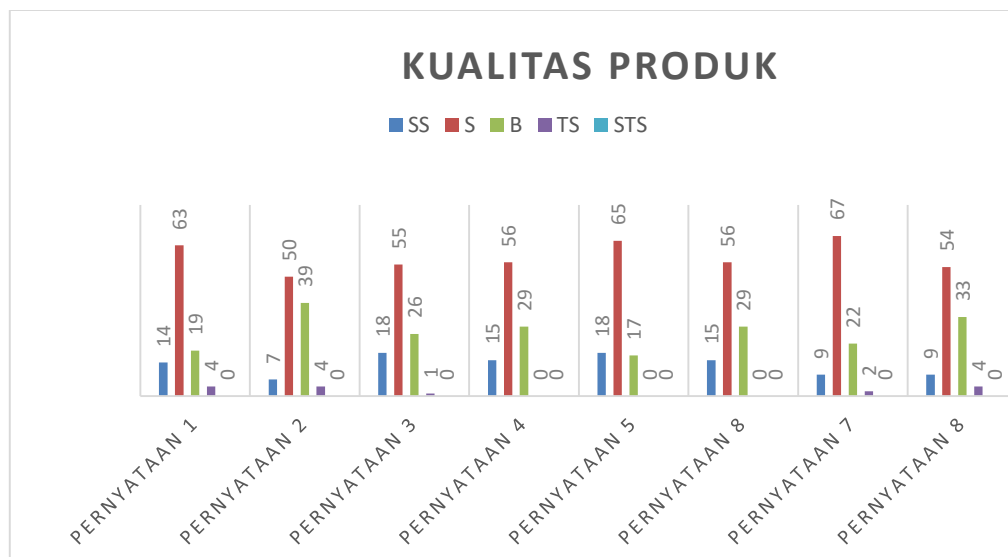
responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 33 responden, tanggapan TS (Tidak Setuju) sebanyak 4 responden.

Pernyataan 3, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 18 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 55 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 26 responden, tanggapan TS (Tidak Setuju) sebanyak 1 responden.

Pernyataan 4, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 33 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 66 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 1 responden.

Pernyataan 5, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 23 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 75 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 2 responden.

Gambar 4.6
Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk



Berdasarkan gambar 4.6, adapun jawaban responden tentang kualitas produk (X2) adalah sebagai berikut:

Pernyataan 1, diperoleh responden yang memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) sebanyak 14 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 63 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 19 responden, tanggapan TS (Tidak Setuju) sebanyak 4 responden.

Pernyataan 2, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 7 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 50 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 39 responden, tanggapan TS (Tidak Setuju) sebanyak 4 responden.

Pernyataan 3, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 18 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 55 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 26 responden, tanggapan TS (Tidak Setuju) sebanyak 1 responden.

Pernyataan 4, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 15 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 56 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 29 responden.

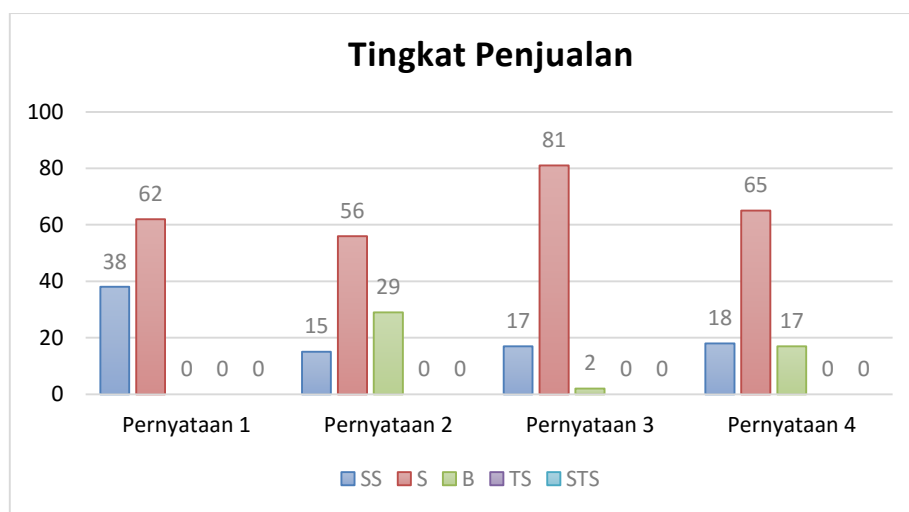
Pernyataan 5, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 18 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 65 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 17 responden.

Pernyataan 6, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 14 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 63 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 19 responden, tanggapan TS (Tidak Setuju) sebanyak 4 responden.

Pernyataan 7, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 9 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 67 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 22 responden, tanggapan TS (Tidak Setuju) sebanyak 2 responden.

Pernyataan 8, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 7 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 50 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 39 responden, tanggapan TS (Tidak Setuju) sebanyak 4 responden.

Gambar 4.7
Tanggapan Responden Tentang Tingkat Penjualan



Berdasarkan gambar 4.7 diatas, adapun jawaban responden tentang Tingkat Penjualan (Y) dijelaskan sebagai berikut:

Pernyataan 1, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 38 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 62 responden.

Pernyataan 2, dieproleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 15 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 56 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 29 responden.

Pernyataan 3, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 17 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 81 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 2 responden.

Pernyataan 4, diperoleh responden yang memberikan tanggapan SS (Sangat Setuju) sebanyak 18 responden, tanggapan S (Setuju) sebanyak 65 responden, tanggapan B (Biasa) sebanyak 17 responden.

3. Skala Pengukuran Instrumen

Tanggapan konsumen (responden) yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengenai variabel harga, kualitas produk terhadap tingkat penjualan petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel independen terdiri dari harga (X1) dengan jumlah pertanyaan sebanyak 5 butir, dan Kualitas Produk (X2) dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 butir. Sedangkan variabel dependen yaitu tingkat penjualan (Y) dengan jumlah pertanyaan sebanyak 4 butir. Sehingga jumlah keseluruhan pertanyaan yaitu sebanyak 17 butir.

Peneliti mendapat jawaban responden sebanyak 100 responden dari variabel harga, kualitas produk dan tingkat penjualan. Kemudian hasil jawaban tersebut dikelompokkan dengan menghitung frekuensi dan persentasinya. Penilaian dari setiap butir pertanyaan diberi skor 5-4-3-2-1 dan hasil pengelompokkan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Harga (X1)

Item No.	SS		S		B		TS		STS		TOTAL
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	15	15%	56	56%	29	29%					100
2	9	9%	54	54%	33	33%	4	4%			100
3	18	18%	55	55%	26	26%	1	1%			100
4	33	33%	66	66%	1	1%					100
5	23	23%	75	75%	2	2%					100
Jumlah	98		306		91		5				500

$$\begin{aligned}
 Skor &= \frac{(\sum N \times 2) + (\sum N \times 3) + (\sum N \times 4) + (\sum N \times 5)}{n \times 5 \times 5} \\
 &= \frac{(\sum 5 \times 2) + (\sum 91 \times 3) + (\sum 306 \times 4) + (\sum 98 \times 5)}{100 \times 5 \times 5} \\
 &= \frac{(10 + 273 + 1224 + 490)}{2500} \\
 &= \frac{1997}{2500} \\
 &= 0,7988 \\
 &= 79 \% \text{ (Kuat)}
 \end{aligned}$$

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Kualitas Produk (X2)

Item No.	SS		S		B		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	14	14%	63	63%	19	19%	4	4%			100
2	7	7%	50	50%	39	39%	4	4%			100
3	18	18%	55	55%	26	26%	1	1%			100
4	15	15%	56	56%	29	29%					100
5	18	18%	65	65%	17	17%					100
6	15	15%	56	56%	29	29%					100
7	9	9%	67	67%	22	22%	2	2%			100
8	9	9%	54	54%	33	33%	4	4%			100
Jumlah	105	105%	466	466%	214	214%	15	15%			800

$$\begin{aligned}
Skor &= \frac{\{(\sum N \times 2) + (\sum N \times 3) + (\sum N \times 4) + (\sum N \times 5)\}}{n \times 5 \times 8} \\
&= \frac{(15 \times 2) + (214 \times 3) + (466 \times 4) + 105 \times 5}{100 \times 5 \times 8} \\
&= \frac{30 + 642 + 1864 + 525}{4000} \\
&= \frac{3061}{4000} \\
&= 0,7652 \\
&= 76\% \text{ (Kuat)}
\end{aligned}$$

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Tingkat Penjualan (Y)

Item No.	SS		S		B		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	38	38%	62	62%							100
2	15	15%	56	56%	29	29%					100
3	7	7%	81	81%	2	2%					100
4	16	16%	65	65%	17	17%					100
Jumlah	76	76%	264	264%	48	48%					

$$\begin{aligned}
Skor &= \frac{\{(\sum N \times 3) + (\sum N \times 4) + (\sum N \times 5)\}}{n \times 5 \times 4} \\
&= \frac{\{(48 \times 3) + (264 \times 4) + (76 \times 5)\}}{100 \times 5 \times 4} \\
&= \frac{144 + 1056 + 380}{2000} \\
&= \frac{1580}{2000} \\
&= 0,79
\end{aligned}$$

= 79% (Kuat)

4. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu data dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu, $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} diperoleh dari *degree of freedom* yaitu $df = n - 2$, dengan n adalah banyaknya sampel, maka diperoleh $df = 98$ ($100 - 2$) dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%, sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1966$. Sedangkan r_{hitung} diperoleh dari perhitungan analisis data pada output SPSS sebagai berikut:

1) Harga

Tabel 4.10
Validitas Harga (X1)

Item	Koefisien Korelasi (r_{hitung})	R_{tabel}	Validitas
X1.1	0,781	0,1966	Valid
X1.2	0,836	0,1966	Valid
X1.3	0,861	0,1966	Valid
X1.4	0,736	0,1966	Valid
X1.5	0,704	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS, Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, hasil uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan variabel harga (X1) menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Artinya, masing-masing item pertanyaan untuk variabel Harga (X1) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2) Kualitas Produk

Berikut ini menunjukkan hasil uji validitas dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden:

Tabel 4.11
Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Item	Koefisien Korelasi (rhitung)	rtabel	Validitas
X2.1	0,793	0,1966	Valid
X2.2	0,701	0,1966	Valid
X2.3	0,574	0,1966	Valid
X2.4	0,793	0,1966	Valid
X2.5	0,239	0,1966	Valid
X2.6	0,832	0,1966	Valid
X2.7	0,716	0,1966	Valid
X2.8	0,450	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS, Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas, hasil uji validitas terhadap butir-butir pernyataan variabel Kualitas Produk (X2) menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Artinya, masing-masing item untuk pertanyaan variabel Kualitas Produk (X2) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3) Tingkat Penjualan

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Tingkat Penjualan (Y)

Item	Koefisien Korelasi (rhitung)	Rtabel	Validitas
Y1	0,222	0,196	Valid
Y2	0,295	0,1966	Valid
Y3	0,220	0,1966	Valid
Y4	0,272	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS, Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, hasil uji validitas terhadap butir pertanyaan Tingkat Penjualan (Y) menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Artinya, masing-masing item untuk pertanyaan variabel tingkat penjualan (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji *Cronboach Alpha*. Apabila nilai *cronboach alpa* $> 0,60$ maka pernyataan variabel tersebut dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan program SPSS 20 dengan sampel sebanyak 100 responden dengan ketentuan *jika Cronboach Aplha* $> 0,60$ maka dikatakan variabel, sebaliknya. Berikut adalah tingkat reliabilitas pernyataan variabel harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Tingkat Penjualan (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronboach Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,845	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,794	Reliabel
Tingkat Penjualan (Y)	0,875	Reliabel

Sumber: Output SPSS, Data Primer diolah, 2021

5. Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi model klasik yaitu dengan pengujian multikolinieritas, normalitas, heterokedastisitas dan autokorelasi sebagai berikut:

1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya satu atau lebih variabel bebas yang mempunyai hubungan dengan variabel bebas lainnya. Model regresi linier berganda dikatakan baik apabila memenuhi asumsi klasik.

Adapun ketentuan pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas yaitu jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi. Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar nilai VIF maka akan semakin mendekati terjadinya multikolinieritas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		

TOT.X1	.165	6.068
TOT.X2	.165	6.068

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 diatas menunjukkan untuk semua variabel bebas (harga dan kualitas produk) dalam penelitian ini memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 yaitu variabel Harga (X1) nilai VIF sebesar 6,068<10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,165>0,1. Variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai VIF sebesar 6,068 <10 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,165 >0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel bebas dalam model resgresi tersebut.

2) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi > 0,05 (5%) maka data tersebut pada model regresi berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas melalui program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

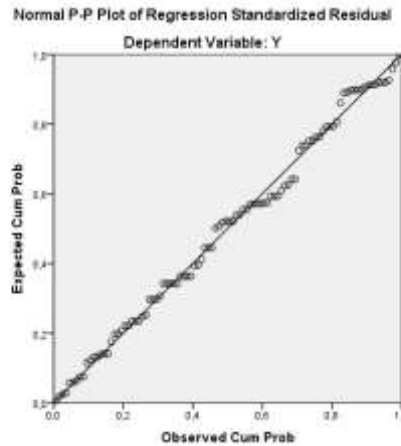
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36414940
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.056
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil output uji normalitas pada tabel 4.15 diatas, menunjukkan hasil perhitungan *Kolmogorov Smirnow Z* sebesar 0,82 dan nilai *Asymp. Sig* sebesar $0,096 > \text{Alpha}$ (0,05 atau 5%). Artinya, bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Gambar 4.8
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dari gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan residual dan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika terjadi varian dan residual dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya yang berbeda, maka disebut heterokedastisitas.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Gletjer. Pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas yaitu nilai signifikansi > *Alpha* (5%), maka tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi. Adapun hasil uji heterokedastisitas menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Heterokedastisitas

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.153	2	.076	.131	.877 ^b
	Residual	56.473	97	.582		
	Total	56.625	99			

a. Dependent Variable: Abs_Res

b. Predictors: (Constant), TOT.X2, TOT.X1

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji Gletser pada Tabel 4.16 diatas, diperoleh nilai signifikansi dari variabel bebas (harga dan kualitas produk) sebesar $0,877 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas antara variabel bebas dalam model regresi.

4) Autokorelasi

Autokorelasi merupakan keadaan dimana terjadi korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Model regresi yang baik yaitu dengan tidak adanya masalah autokorelasi. Pengujian autokorelasi dalam regresi linier berganda menggunakan uji *Durbin Watson*. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika:

$$Du < Dw < 4-Du$$

Keterangan:

DW = nilai Durbin Watson (DW) hitung

Du = Nilai batas atas /upper DW tabel

Tabel 4.17

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.736 ^a	.542	.532	1.378	2.208

a. Predictors: (Constant), TOT.X2, TOT.X1

b. Dependent Variable: TOT.Y

Sumber: Output SPSS, 2021

Tabel 4.18

Hasil Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

DI	Dua	4-DI	4-Dua	DW	Keputusan
1,634	1,715	2,366	2,285	2,208	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Output SPSS, Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.18 diatas, diperoleh nilai DW (*Durbi Watson*) yang dihasilkan dari model regresi sebesar 1,844. Berdasarkan jumlah sampel (n) sebanyak 100 orang dan jumlah variabel independen (k) sebanyak 2, maka diperoleh nilai DI=1,634 dan nilai Du=1,715 s nilai 4-DI=2,366 serta nilai 4-Du=2,285. Maka pengambilan keputusan uji autokorelasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai DW terletak diantara nilai Du dan 4-Du yaitu $Du\ 1,715 < DW\ 2,208 < 4-Dua\ 2,285$ maka pada model regresi tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.

b. Pembuktian Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Suatu model regresi dikatakan baik apabila memenuhi asumsi klasik, yaitu data berdistribusi normal, bebas dari gejala multikolinieritas, heterokedastistias dan autokorelasi. Berdasarkan hasil analisis data pada SPSS menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini sudah dianggap baik karena sudah memenuhi asumsi klasik.

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas yaitu Harga (X1) dan Kualitas Produk (x2) terhadap variabel terikat yaitu Tingkat Penjualan (Y). Model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+\varepsilon$$

Tabel 4.19
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	1.891	1.244		1.520	.132
	TOT.X1	.340	.157	.366	2.164	.033
	TOT.X2	.211	.093	.386	2.278	.025

a. Dependent Variable: TOT.Y

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.19 diatas, diperoleh nilai koefisien konstanta sebesar 1,891. Nilai koefisien variabel Harga (X1) sebesar

0,340 dan variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,211. Adapun model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,891 + 0,340X_1 + 0,211X_2$$

Keterangan:

Y = Tingkat penjualan

a = Konstanta

X1 = Harga

X2 = Kualitas produk

B1 = Koefisien regresi X1

B2 = Koefisien regresi X2

Dari persamaan model regresi linier berganda tersebut, dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,891 menunjukkan besarnya variabel terikat yaitu tingkat penjualan (Y), jika variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) nilainya adalah nol (0).
2. Besarnya nilai koefisien variabel harga (X1) sebesar 0,340 artinya adalah jika harga mengalami peningkatan sebesar 1% maka tingkat penjualan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,340%, sehingga koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara harga dengan tingkat penjualan.
3. Besarnya nilai koefisien kualitas produk (X2) sebesar 0,211 artinya adalah jika kualitas produk mengalami peningkatan sebesar 1% maka tingkat penjualan (X2) akan mengalami peningkatan sebesar 0,211%, sehingga

koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan tingkat penjualan.

4. Koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas yaitu harga (X1) sebesar 0,340 dan kualitas produk (X2) sebesar 0,211 menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh lebih besar daripada kualitas penjualan terhadap tingkat penjualan pada pabrik petis UD. HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

2. Uji F

Uji F (simultan) dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) secara bersama-sama/simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen/terikat (Y). Dalam penelitian ini uji F dilakukan untuk menguji pengaruh harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap minat beli konsumen. Pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut:

- a. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh variabel independen (bebas) secara simultan terhadap variabel dependen (terikat), dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka ada pengaruh variabel independen (bebas) secara simultan terhadap variabel dependen (terikat), dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak

Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217.611	2	108.805	57.288	.000 ^b

Residual	184.229	97	1.899		
Total	401.840	99			

- a. Dependent Variable: TOT.Y
b. Predictors: (Constant), TOT.X2, TOT.X1

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan uji F pada tabel 4.20 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 57,288 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < \alpha$ (0,05 atau 5%). Sedangkan F_{tabel} diperoleh sebesar 3,090. Dari hasil tersebut menjelaskan bahwa $F_{hitung} 57,288 > F_{tabel} 3,090$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel X (harga dan kualitas produk) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

3. Uji T

Uji T (parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi masing-masing variabel independen yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara parsial/individual berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan (Y).

Syarat pengambilan keputusan uji T adalah sebagai berikut:

- Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka diperoleh keputusan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat/dependen, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka diperoleh keputusan bahwa variabel bebas/independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat/dependen, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.21
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.891	1.244		1.520	.132
	TOT.X1	.340	.157	.366	2.164	.033
	TOT.X2	.211	.093	.386	2.278	.025

a. Dependent Variable: TOT.Y

Sumber: Output SPSS, 2021

Sebelum mengambil keputusan hipotesis, maka terlebih dahulu menentukan T_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 (5%) yaitu $\alpha/2;df$. Nilai $df=n-k$ yaitu $100-2=98$ sehingga diperoleh nilai $F_{tabel}=1,984$.

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.21 diatas, maka dapat disimpulkan pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

a. Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil output analisis data pada tabel 4.21, variabel harga (X1) diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2,164 dengan taraf signifikansi 0,033. Maka diperoleh $T_{hitung} 2,164 > T_{tabel} 1,984$ dengan taraf signifikansi $0,033 < 0,05$ (*alpha*), sehingga hipotesis dalam penelitian ini yaitu menolak H_0 dan menerima H_a , artinya bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil output analisis data pada tabel 4.21, variabel Kualitas produk (X2) diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2,278 dengan taraf signifikansi sebesar 0,025. Maka diperoleh $T_{hitung} 2,278 > T_{tabel} 1,984$ dengan taraf signifikansi $0,025 < 0,05$ (*alpha*), sehingga hipotesis dalam penelitian ini yaitu menolak H_0 dan menerima H_a , artinya bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinan (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen/terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel independen/bebas. R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas menerangkan variabel bebas.

Tabel 4.22
Koefisien Determinansi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,736 ^a	,542	,532	1,378

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil Output pada tabel 4.21 diatas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,542 atau 54,2%, artinya terdapat hubungan positif dan cukup kuat antara variabel bebas yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap variabel terikat yaitu tingkat penjualan (Y). Artinya, sebesar 54,2% bahwa variabel dependen pada tingkat penjualan mampu dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga

dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu 45,8% (100%-54,2%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

c. Pembahasan

1. Pengaruh harga terhadap tingkat penjualan

Harga sangat berperan penting terhadap volume/tingkat penjualan untuk menentukan penghasilan dan laba yang diterima oleh perusahaan. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang fleksibel, karena harga dapat berubah dengan cepat dan dinamis. Untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu volume penjualan maka perusahaan harus menetapkan kebijakan harga yang tepat.

Seiring persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, hal ini mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan kebijakan penetapan harga jual, karena jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, konsumen akan beralih ke perusahaan yang sejenis dengan harga yang lebih rendah/murah. Namun, jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka akan mengurangi tingkat keuntungan/laba pada perusahaan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap volume penjualan sehingga para pelaku usaha harus menetapkan harga sedemikian rupa untuk mencapai volume penjualan/pangsa pasar.¹

Berdasarkan hasil uji t, variabel harga (X1) diperoleh $t_{hitung} 2,164$ dengan taraf signifikansi 0,033. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut adalah 1,984. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,033 < ,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,164 > t_{tabel} 1,984$, maka disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan petis UD HSN di Desa

¹ Fuad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kukus Singkong Mojokerto (Studi Kasus UMKM Kukus Singkong Kejo Soeharto Mojokerto), Hlm., 21.

Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki nilai yang positif terhadap *volume* penjualan petis UD HSN yang meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Apabila harga yang ditawarkan kepada konsumen UD HSN terjangkau, maka tingkat penjualan akan semakin meningkat. Kebijakan harga suatu produk yang tidak tepat, menyebabkan perusahaan akan mengalami kerugian yang besar, seperti *volume* penjualan yang tidak meningkat sehingga tidak akan mencapai tujuan akhir perusahaan karena laba yang diharapkan tidak tercapai.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mety Rachmasari dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan karena berdasarkan hasil uji t (parsial) diperoleh nilai $t_{hitung} 2,478 > t_{tabel} 2,032$ dengan taraf signifikansi $0,019 < 0,05$.²

2. Pengaruh kualitas produk terhadap tingkat penjualan

Kualitas produk merupakan salah satu bauran pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam sasaran pasarannya.

Kualitas produk mempunyai pengaruh dalam meningkatkan volume/tingkat penjualan. Apabila kualitas produk semakin tinggi akan mempengaruhi tingkat penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dalam

² Mety Rachmasary, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang.” *Jurnal Of Agricultural Socioeconomics and Business* Volume 2. No.2 (Semarang, 2019), Hlm., 92.

suatu produk mempengaruhi minat beli konsumen yang dapat memenuhi permintaan konsumen, oleh karena itu perusahaan harus berupaya menghasilkan produk yang berkualitas untuk menarik konsumen bahkan bisa menimbulkan sikap loyalitas terhadap produk tersebut dan hal ini akan membuat tingkat penjualan akan mengalami peningkatan.³

Berdasarkan hasil uji t, variabel Kualitas Produk (X2) diperoleh thitung sebesar 2,278 dengan taraf signifikansi sebesar 0,025. Nilai T_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,984. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,025 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 2,278 > T_{tabel} 1,984$, maka diperoleh hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Semakin tinggi usaha UD HSN meningkatkan kualitas produknya, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen untuk membeli petis UD HSN sehingga akan mempengaruhi tingkat penjualan. Semakin baik atau kondusif kualitas produk yang diberikan oleh UD HSN, maka akan memenuhi harapan konsumen serta dapat meningkatkan *volume* penjualan petis UD HSN.

Penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saputra dengan judul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Percetakan Jassa Riau *Advertising* Pekanbaru”. Hasil uji t variabel diperoleh $T_{hitung} 5,247 > T_{tabel} 1,662$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Arah koefisien regresi positif berarti kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

³ Ayu Agustina dan Siti Sunrowiyati, “Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Genteng UD Super Blitar” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, Vol. 1 No.1 (Blitar, 2016), hlm., 111.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas yang baik, akan meningkatkan *volume* penjualan.⁴

3. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan

Strategi yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan diantaranya masalah harga dan kualitas produk. Harga dan kualitas memiliki peran penting terhadap konsumen. Harga merupakan salah satu unsur penting dalam pemasaran, terutama untuk menghadapi persaingan yang memproduksi produk sejenis.

Selain harga, faktor yang sangat penting untuk berorientasi kepada tingkat penjualan adalah kualitas produk. Tingginya kualitas produk yang ditawarkan akan berdampak kepada minat beli konsumen. Kualitas produk merupakan keunggulan yang dimiliki produk itu sendiri. Kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan bagi para konsumen dan akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan

Agar tercapainya kualitas produk yang diinginkan diperlukan standarisasi produk, agar produk yang ditetapkan memenuhi standar yang ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut. Pemasaran yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan menyebabkan konsumen tidak akan loyal sehingga tingkat penjualannya pun cenderung menurun. Namun, jika pemasar memperhatikan kualitas produk bahkan

⁴ Saputra, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Percetakan Jassa Riau Advertising Pekanbaru" *Skripsi UIN SUSKA Riau*, (Pekanbaru: 2012), hlm., 80.

diperkuat dengan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk membeli produk tersebut.⁵

Semakin baik kualitas produk petis UD HSN dengan harga yang dapat dijangkau konsumen akan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk. Hal ini berarti pemberian harga yang sesuai dengan kualitas, dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli/menggunakan petis UD HSN sehingga hal itu dapat meningkatkan tingkat penjualan petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Hal ini dibuktikan dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa konsumen tertarik untuk membeli produk UD HSN karena harga dan kualitas yang ditawarkan dari usaha tersebut.

⁵ Ibid.