

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang

a. Profil Toko Chand Pictures

Nama Toko	: Chand Pictures
Alamat	: Jln. Raden Praseno Dusun Larangan Desa Gulbung Kecamatan Pangarengan Kabupaten Sampang
No Hp	: 087758022828
Email	: acandrana@gmail.com

b. Sejarah Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang

Toko ini berdiri pada tahun 2019 yang dirikan oleh Chandra seorang mahasiswa IAIN Madura prodi Ekonomi Syariah, ia mengawali bisnis ini pada semester 3 yang mana bisnisnya ini berawal dari sebuah hobbynya sebagai editor foto. Awalnya ia mencoba menawarkan kepada temennya, alhasil banyak diminati temen-temennya dan menyarankan karyanya diperjualkan melalui media sosial. Pemasaran pun dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Intagram,Whatsapp dan lain sebagainya.. Alhasil pemesananya kian hari meningkat. bahkan tak hanya dari daerah sampang dan daerah sekitar saja, diluar

kotapun mulai ada pemesanan seperti Surabaya, Sidoarjo, Jakarta, Bangka Belitung, Lombok hingga Makassar.

Untuk mekanisme pemesanan ditoko ini menyediakan dua opsi yaitu pemesanan secara Offline dengan datang ketoko Chand Pictures dan secara Online melalui WhatsApp . Selain itu produk smudge art ini dapat dipesan dalam bentuk file JPG maupun dalam bentuk sepaket yaitu berupa Cetak gambar dan Figura sesuai dengan ukuran Yang diinginkan dengan estimasi pengerjaan 1 – 3 hari. Mulai dari editing, pemasangan hingga pengemasan.

**c. Harga Paket Smudge Art yang ditawarkan di Toko Chand Pictures
Pangarengan Sampang.**

1) Paket A 10Rs harga Rp. 90.000 Terdiri dari :

Untuk 1 wajah dengan ukuran 10Rs (30cm x 40cm), bebas pilih desain, *free* kartu ucapan, *free* revisi, free box. Untuk ukuran 12Rs nambah Rp. 35.000

2) Paket B 10Rs harga Rp. 120.000 Terdiri dari :

Untuk 2 wajah dengan ukuran 10Rs (30cm x 40cm), bebas pilih desain, *free* kartu ucapan, *free* revisi, free box. Untuk ukuran 12Rs nambah Rp. 30.000

3) Paket C 12Rs harga Rp. 90.000 Terdiri dari :

Untuk 1 wajah *full body* dengan ukuran 12Rs (50cm x 60cm), bebas pilih desain, *free* kartu ucapan, *free* revisi, free box.

4) Untuk Pemesanan Smudge Art via Soft File JPG harga Rp.40.000/Wajah

d. Visi dan Misi Toko Chand Pictures

1) Visi

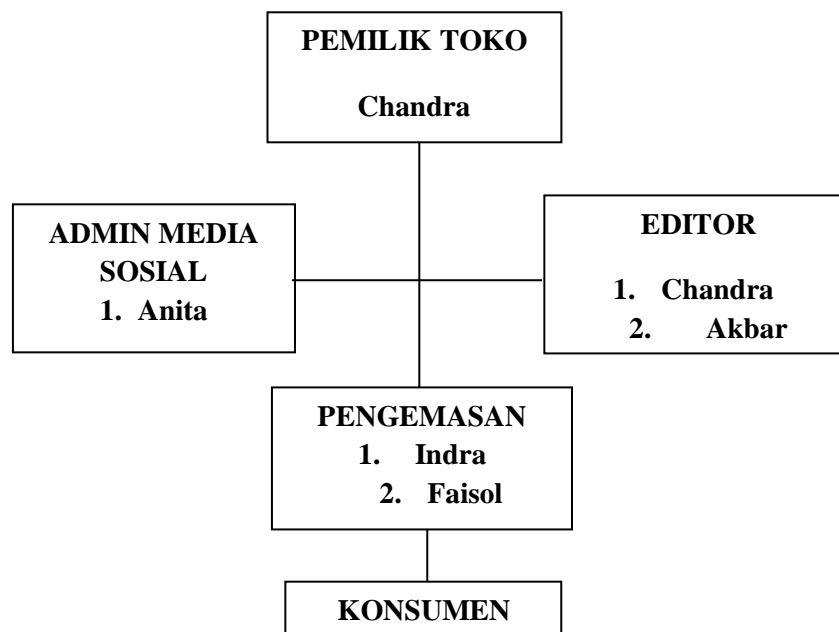
Menjadi Toko yang profesional dalam Desain Grafis khususnya dalam bidang *Smudge Art* atau Lukisan digital yang terus berkembang dengan bertumpu pada kreatifitas dengan pelayanan dan kualitas produk terbaik

2) Misi

- a) Mampu mencapai desain yang sesuai dengan keinginan dan permintaan agar menjadi toko yang terpercaya
- b) Mampu mencapai ketepatan kerja dan waktu sesuai janji yang sudah terjalin
- c) Selalu mengikuti perkembangan selera konsumen

e. Struktur Organisasi Toko Chand Pictures

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang



Sumber : *Papan Struktur Organisasi Toko Chand Pictures*

2. Deskripsi Data Penelitian

Data dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada customer Chand Pictures di daerah Sampang dan Pamekasan. Data yang diperoleh, kemudian diolah menggunakan SPSS 24, dengan sampel terpenuhi. Berikut ini rincian data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1
Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner yang disebarkan	31
Kuesioner yang kembali	31
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang digunakan	31
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

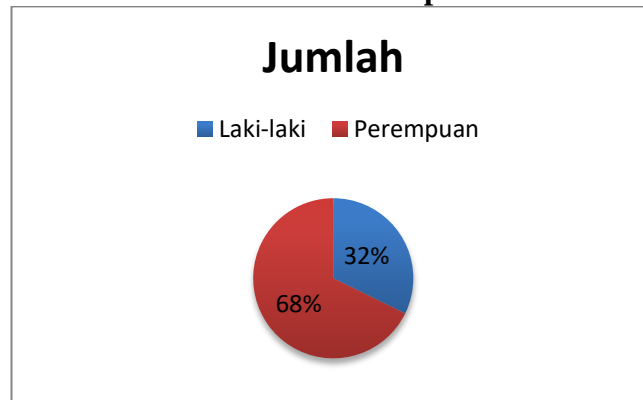
Sumber: data primer yang diolah 2021

3. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri atas sebagai berikut:

a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden

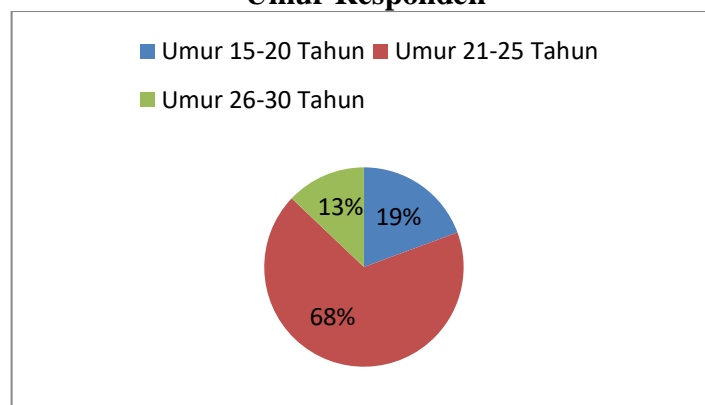


Sumber: *Data Primer yang diolah, 2021*

Pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa total responden sebanyak 31 orang dengan jumlah responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 10 dengan persentase 32% dan sisanya yaitu jenis kelamin perempuan sebanyak 21 dengan persentase 68%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

b. Profil Responden Berdasarkan Umur

Gambar 4.3
Umur Responden



Sumber: *Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan umur 15-20 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 19%, untuk responden dengan umur 21-25 tahun sebanyak 21 orang dengan persentase 68%, untuk responden dengan umur 26-30 tahun yaitu sebanyak 4 orang dengan persentase 13%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang berumur 21-25 tahun

4. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode di mana data yang telah diperoleh disusun, dikelompokkan, dianalisis kemudian diinterpretasikan sehingga diperoleh gambaran tentang masalah yang dihadapi untuk menjelaskan hasil perhitungan data yang diperoleh dari data primer berupa hasil kuesioner yang telah diisi oleh sejumlah responden penelitian. Berikut adalah hasil output statistik deskriptif yang diperoleh.

Tabel 4.2
Hasil Data Deskriptif

		Statistics		
		Jumlah_X1	Jumlah_X2	Jumlah_Y
N	Valid	31	31	31
	Missing	0	0	0
Mean		17,9032	37,9032	18,7419
Median		18,0000	39,0000	19,0000
Mode		18,00 ^a	40,00	20,00
Std. Deviation		1,73887	2,41323	1,41345
Variance		3,024	5,824	1,998
Range		6,00	8,00	5,00
Minimum		14,00	32,00	15,00
Maximum		20,00	40,00	20,00
a. Multiple modes exist. The smallest value is shown				

Sumber : Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan nilai Sebagai berikut :

- a. Harga (X1) memiliki *mean* sebesar 17,9032, nilai *median* sebesar 18,0000, nilai *modus* sebesar 18, nilai *standar deviasi* sebesar 1,73887, nilai *varian* sebesar 3,024, nilai *range* sebesar 6, nilai *minimum* sebesar 14 dan nilai *maximum* sebesar 20.
- b. Kualitas produk (X2) memiliki nilai *mean* sebesar 37,9032, nilai *median* sebesar 39,0000, nilai *modus* sebesar 40, nilai *standar deviasi* sebesar 2,41323, nilai *varian* sebesar 5,824, nilai *range* sebesar 8, nilai *minimum* sebesar 32 dan nilai *maximum* sebesar 40.
- c. Volume Penjualan (Y) memiliki nilai *mean* sebesar 18,7419, nilai *median* sebesar 19,0000, nilai *modus* sebesar 20, nilai *standar deviasi* sebesar 1,41345, nilai *varian* sebesar 1,998, nilai *range* sebesar 5, nilai *minimum* sebesar 15 dan nilai *maximum* sebesar 20.

5. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan jumlah 4 pernyataan untuk variabel X1 tentang harga, 8 pernyataan untuk variabel X2 tentang kualitas produk, dan 4 pernyataan untuk variabel Y tentang volume penjualan. Jadi dalam penelitian ini jumlah pernyataan pada kuesioner berjumlah 16 pernyataan.

Tabel 4.3
Data Pernyataan Kuesioner

No	Pernyataan	Keterangan
1	Harga Smudge Art yang ditawarkan terjangkau	X1.1
2	Harga <i>Smudge Art</i> yang terjangkau sesuai dengan kualitas yang diberikan	X1.2
3	Harga <i>Smudge Art</i> memiliki daya saing dengan toko lain yang serupa	X1.3

4	Harga <i>Smudge Art</i> sesuai dengan nilai seni yang diberikan.	X1.4
5	Produk <i>Smudge Art</i> dari Chand Pictures memberikan kualitas terbaik dari segi editing, bahan maupun pelayanan	X2.1
6	Memesan Produk <i>Smudge Art</i> di Chand Pictures anda akan dilayani dengan baik.	X2.2
7	Produk <i>Smudge Art</i> Sangat Cocok dijadikan Kado Ulang Tahun, Wisuda, Engagement dan lainnya.	X2.3
8	Produk <i>Smudge Art</i> sesuai dengan harapan konsumen.	X2.4
9	Produk <i>Smudge Art</i> sangat tahan lama karena terbuat dari bahan kayu fiber yang berkualitas serta aman dikirim keluar kota.	X2.5
10	Sebelum <i>Smudge Art</i> dicetak bisa melakukan revisi terhadap hasil <i>Smudge Art</i> Soft File.	X2.6
11	Produk <i>Smudge Art</i> dapat dipesan sesuai dengan karakter wajah konsumen dan bisa request tulisan, desain, serta kartu ucapan secara gratis	X2.7
12	Dengan Packaging yang kekinian membuat <i>Smudge Art</i> makin berkesan untuk dijadikan kado	X2.8
13	Kualitas Produk <i>Smudge Art</i> yang ditawarkan sangat baik dibanding di toko lain yang serupa	Y1
14	Produk <i>Smudge Art</i> dapat dipesan sesuai dengan selera Konsumen	Y2
15	Pelayanan yang diberikan oleh toko Chand Pictures sangat baik kepada konsumen.	Y3
16	Toko Chand Pictures sering mengadakan diskon <i>Smudge Art</i> untuk meningkatkan penjualan.	Y4

Berdasarkan pada tabel diatas, peneliti dalam mendapatkan jawaban dari responden yang jumlahnya sebanyak 31 responden dari variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Volume Penjualan (Y). Dari hasil jawaban tersebut dikelompokkan dengan cara menghitung frekuensi dan persentasenya. Dalam penelitian ini dari setiap butir pernyataan diberi skor 5-4-3-2-1. Berikut ini merupakan hasil dari pengelompokan tersebut yaitu sebagai berikut :

a. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Harga (X1)

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban Variabel Harga (X1)

No	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	21	67,7	10	32,3							
X1.2	19	61,3	12	38,7							
X1.3	9	29,0	16	51,6	6	19,4					
X1.4	17	54,8	13	41,9	1	3,2					
Jumlah	66		51		7						124

Sumber : *Output SPSS data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item Harga (X1) Sangat Setuju (SS) sebanyak 66, responden memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 51 dan responden menjawab Netral (N) sebanyak 7. Dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= [(\sum \text{SS} \times 1) + (\sum \text{S} \times 2) + (\sum \text{N} \times 3) + (\sum \text{TS} \times 4) + (\sum \text{STS} \times 5) : (n \times 4 \times 5)] \\
 &= [(66 \times 5) + (51 \times 4) + (7 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1) : (31 \times 4 \times 5)] \\
 &= [(330) + (204) + (21) + (0) + (0) : (620)] \\
 &= [(555) : (620)] \\
 &= 0,895 \\
 &= 89,5\%
 \end{aligned}$$

Dari nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa tanggapan responden sangat baik terhadap item-item pernyataan tentang Harga, karena berada dikisaran 81 % - 100%, yaitu sebesar 89,5%.

b. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk (X2)

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk (X2)

No Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	24	77,4	6	19,4	1	3,2					
X2.2	26	83,9	5	16,1							
X2.3	24	77,4	7	22,6							
X2.4	20	64,5	11	35,5							
X2.5	19	61,3	12	38,7							
X2.6	22	77,0	8	25,8	1	3,2					
X2.7	25	80,6	6	19,4							
X2.8	24	77,4	7	22,6							
Jumlah	184		62		2						247

Sumber : *Output SPSS data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden memnerikan tanggapan pada item Kualitas Produk (X2) Sangat Setuju (SS) sebanyak 184, responden memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 62 dan responden menjawab Netral (N) sebanyak 1. Dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= [(\sum \text{SS} \times 5) + (\sum \text{S} \times 4) + (\sum \text{N} \times 3) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{STS} \times 1) : (n \times 4 \times 5)] \\
 &= [(184 \times 5) + (61 \times 4) + (2 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1) : (31 \times 8 \times 5)] \\
 &= [(920) + (244) + (6) + (0) + (0) : (1.240)] \\
 &= [(1.170) : (1.240)] \\
 &= 0,943 \\
 &= 94,3\%
 \end{aligned}$$

Dari nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa tanggapan responden sangat baik terhadap item-item pernyataan tentang Kualitas Produk, karena berada dikisaran 81 % - 100%, yaitu sebesar 94,3%.

c. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Volume Penjualan (Y)

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Variabel Volume Penjualan (Y)

No	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	16	51,6	11	35,5	4	12,9					
Y2	25	80,6	6	19,4,6							
Y3	26	83,9	5	16,1							
Y4	22	71,0	9	29,0							
Jumlah	89		31		4						124

Sumber : *Output SPSS data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden memnerikan tanggapan pada item Volume Penjualan (Y) Sangat Setuju (SS) sebanyak 89, responden memberikan jawaban setuju (S) sebanyak 31 dan responden menjawab Netral (N) sebanyak 4. Dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= [(\sum \text{SS} \times 5) + (\sum \text{S} \times 4) + (\sum \text{N} \times 3) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{STS} \times 1) : (n \times 4 \times 5)] \\
 &= [(89 \times 5) + (31 \times 4) + (4 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1) : (31 \times 4 \times 5)] \\
 &= [(445) + (124) + (12) + (0) + (0) : (620)] \\
 &= [(581) : (620)] \\
 &= 0,937 \\
 &= 93,7 \%
 \end{aligned}$$

Dari nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa tanggapan responden sangat baik terhadap item-item pernyataan tentang Volume Penjualan, karena berada dikisaran 81 % - 100%, yaitu sebesar 93,7%.

6. Uji Kualitas Data

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat di evaluasi melalui uji reliabilitas dan validitas. Peneliti menggunakan analisis dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 24.

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak (n) =31 dan besar product moment sebesar 31 dan alpha = 5%=0,05. Hasil diperoleh r tabel = 0,355. Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel dan nilai r positif, maka setiap pernyataan valid begitupula sebaliknya. Berikut hasil Uji Validitas.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,848	0,355	Valid
	X1.2	0,574	0,355	Valid
	X1.3	0,829	0,355	Valid
	X1.4	0,826	0,355	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,398	0,355	Valid
	X2.2	0,499	0,355	Valid
	X2.3	0,595	0,355	Valid
	X2.4	0,680	0,355	Valid
	X2.5	0,860	0,355	Valid
	X2.6	0,818	0,355	Valid
	X2.7	0,702	0,355	Valid
	X2.8	0,693	0,355	Valid
Volume Penjualan (Y)	Y1	0,860	0,355	Valid
	Y2	0,672	0,355	Valid
	Y3	0,486	0,355	Valid
	Y4	0,750	0,355	Valid

Sumber : *Output SPSS data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa hasil r hitung lebih besar dan positif dari r tabel. Maka, indikator dari variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Volume Penjualan (Y) dinyatakan valid dan dapat melakukan pengujian selanjutnya.

b. Uji Reabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) suatu variabel $> 0,60$. Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) suatu variabel $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Berikut adalah hasil uji reabilitas:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga (X1)	0,766	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,812	Reliabel
Volume Penjualan (Y)	0,649	Reliabel

Sumber : Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji reabilitas dari semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (α) berada diatas 0,60. Sehingga variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Volume Penjualan (Y) dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian selanjutnya.

7. Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk menilai baik tidaknya model regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini.

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu (*residual*) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan dengan satu sama lain.

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,681	,658	,82672	2,091
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga					
b. Dependent Variable: Volume_Penjualan					

Sumber : *Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui nilai *output SPSS Durbin-Watson* sebesar 2,091 nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel, sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Durbin Watson

dL	dU	4-dL	4-dU	DW	Keputusan
1,296	1,570	2,704	2,430	2,091	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber : *Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021*

Nilai DW diperoleh dari tabel dengan ketentuan = 5% dimana n (sampel)= 31 serta k (jumlah variabel independent) = 2. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 2,091 menunjukkan diatas nilai $dU= 1,570$ dan

nilai $4-dU = 4-1,570 = 2,430$. Jadi, $dU < DW < 4-dU = 1,296 < 2,091 < 2,430$.

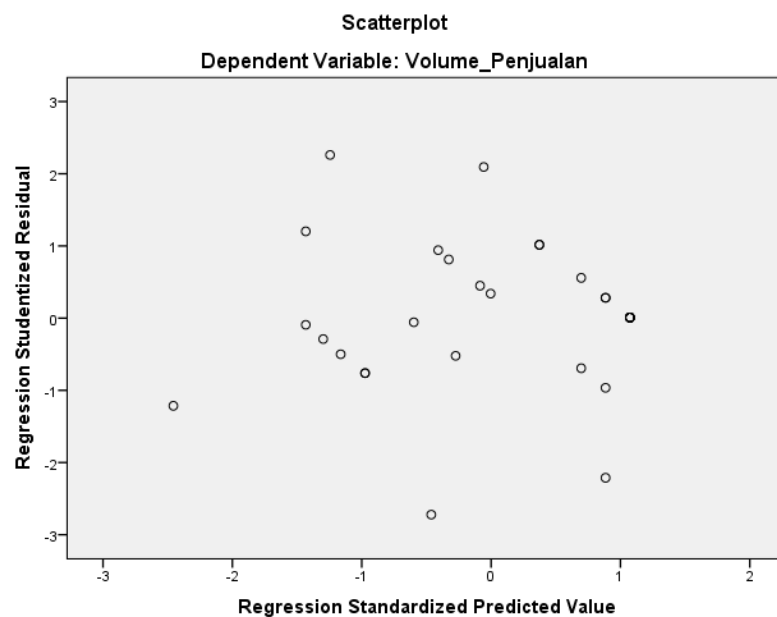
Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan pengamatan lain.. Dasar analisis-nya sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada memebentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudia menyempit), akan mengindikasikan telah terjadi heterokedastistas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angko 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : *Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan gambar 4.4 diatas, grafik scatterplot memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola yang jelas, dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

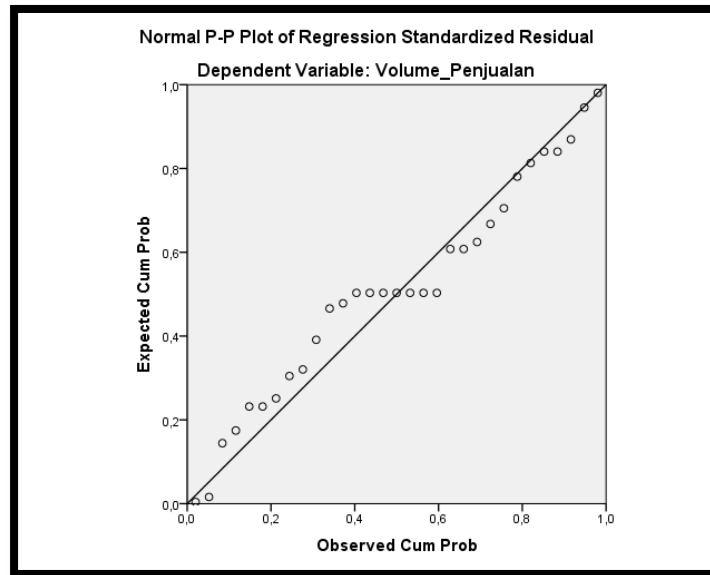
c. Uji Normalitas

1) Uji Normalitas *Probability Plot*

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Hal ini dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- a) Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model memenuhi asumsi normalitas.
- b) Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas

Gambar 4.5
Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Plot



Sumber : *Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021*

Dari gambar 4.5 diatas, menunjukkan bahwa penyebaran data mengikuti garis normal. Jadi, dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

Uji normalitas dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dideteksi apakah berdistribusi normal atau tidaknya yaitu membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat kepercayaan 5%. Jika nilai sig. Probability lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka data yang dianalisis berdistribusi normal begitupun sebaliknya. Berikut adalah hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,79868564
Most Extreme Differences	Absolute	,142
	Positive	,110
	Negative	-,142
Test Statistic		,142
Asymp. Sig. (2-tailed)		,113 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : *Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0,113, karena nilai signifikansinya lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka variabel tersebut berdistribusi normal.

8. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel Independent (X) atau lebih dengan variabel Dependen (Y).

Persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Berikut hasil Uji Regresi Linier Berganda :

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,509	2,393		,213	,833
Harga	,220	,104	,270	2,107	,044
Kualitas_Produk	,377	,075	,644	5,023	,000

a. Dependent Variable: Volume_Penjualan

Sumber : *Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021*

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil antara regresi diperoleh koefisien untuk variabel Harga (X1) 0,220. Untuk variabel Kualitas Produk (X2) 0,377 dengan konstanta sebesar 0,509 sehingga model persamaan regresi diperoleh sebagai berikut :

$$Y = 0,509 + 0,220X_1 + 0,377X_2 + e$$

Dari hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari variabel bebas (β_1 β_2) bertanda positif (+) hal ini berarti bahwa bila variabel Harga dan Kualitas Produk terpenuhi mengakibatkan variabel Volume Penjualan meningkat. Koefisien-koefisien hasil dari perumusan analisis regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (α) = 0,509 artinya apabila nilai variabel Harga dan Kualitas Produk sama dengan nol, maka keputusan naik sebesar 0,509.
- b. Nilai koefisien regresi Harga (X1) sebesar 0,220 artinya apabila variabel Harga meningkat 1 satuan, maka Harga akan mengalami kenaikan sebesar 0,220.

- c. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,377 artinya apabila variabel Harga meningkat 1 satuan, maka Harga akan mengalami kenaikan sebesar 0,377.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji persamaan model regresi yang terbentuk secara parsial (individu) antara variabel independen (X_1, X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk mengetahui pengaruh secara parsial yaitu dengan melihat tingkat signifikan. Jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak. Berikut hasil uji signifikansi secara parsial :

Tabel 4.11
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,509	2,393		,213	,833
	Harga	,220	,104	,270	2,107	,044
	Kualitas_Produk	,377	,075	,644	5,023	,000

a. Dependent Variable: Volume_Penjualan

Sumber : Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima begitupula sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Besarnya angka t_{tabel} dengan ketentuan $(\alpha/2) = (0,05/2) = 0,025$ dan $df = (n-k)$ atau $(31-2)=28$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar 2,04841.

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

- a. Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung sebesar $2,107 > t \text{ tabel } 2,04841$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan Harga terhadap Volume Penjualan dengan angka signifikansi $0,044 < \alpha = 0,05$.
- b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung sebesar $5,023 > t \text{ tabel } 2,04841$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan dengan angka signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$

2. Uji F (Simultan)

Uji untuk menguji persamaan model regresi secara bersamaan yang tujuannya untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji signifikansi secara simultan .

Tabel 4.12
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40,799	2	20,399	29,847	,000 ^b
	Residual	19,137	28	,683		
	Total	59,935	30			

a. Dependent Variable: Volume_Penjualan
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

Sumber : *Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021*

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima begitupun sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Besarnya angka F_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ yaitu $F_{tabel} (k-1=2-1), (n-k-1=31-2-1)= (1,28)$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka F_{tabel} sebesar 4,19.

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh angka F_{hitung} sebesar $29,847 > F_{tabel}$ sebesar 4,19. Dan signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, model regresi tersebut sudah layak dan benar. Kesimpulannya adalah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Volume Penjualan.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel. Semakin besar nilai R^2 atau mendekati 1, maka model yang dibentuk oleh variabel-variabel independent semakin baik, begitupun sebaliknya jika nilai R^2 kecil, maka model yang dibentuk oleh variabel-variabel independent akan kurang baik. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,825 ^a	,681	,658	,82672

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

Sumber : *Output SPSS 24 data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa:

- a. Besarnya nilai R adalah 0,825, ini artinya bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan variabel dependen (karena mendekati angka 1) yaitu sebesar 82,5 %
- b. Besarnya nilai R Square (R^2) adalah 0,681, angka tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan secara simultan sebesar 68,1%.
- c. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,658. Ini berarti kontribusi variasi variabel independen (Harga dan Kualitas Produk) mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Volume Penjualan) sebesar 65,8% sedangkan sisanya (100% - 65,8% =34,2%) 34,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Agar dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang pengaruh Harga dan Kualitas Produk Smudge Art terhadap volume penjualan dalam perspektif islam di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang. Maka berikut ini peneliti paparkan ketiga variabel tersebut serta hasil analisis dari variabel tersebut.

1. Ha : Pengaruh Harga Smudge Art secara Parsial terhadap Volume Penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan dilihat dari hasil uji regresi liner berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel Harga bernilai positif sebesar 0,220. Berarti harga mempunyai hubungan yang positif terhadap

Volume Penjualan, sehingga setiap peningkatan 1 satuan pada besaran Harga, maka Volume Penjualan meningkat sebesar 0,220. Berdasarkan uji t (secara parsial) diketahui variabel Harga diperoleh t hitung sebesar 2,107 lebih besar dari t tabel 2,04841 dengan taraf signifikan 0,044 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05. Dengan demikian, H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat diketahui bahwa asumsi dari penelitian dapat dinyatakan benar, yaitu jika harga yang ditawarkan lebih murah maka akan mempengaruhi tingkat volume penjualan. Seperti pada teori permintaan semakin tinggi harga maka tingkat permintaan menurun, sebaliknya semakin rendah harga maka tingkat permintaan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Nilam Kencana dengan judul “ Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Sriwijaya Berka Indonesia ”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif terhadap volume penjualan dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan t hitung sebesar $8,564 > t$ tabel 1,9990.¹

2. H_a : Pengaruh Kualitas Produk Smudge Art secara Parsial terhadap Volume Penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan dilihat dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel Kualitas

¹ Putri Nilam Kencana, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Sriwijaya Berka Indonesia”, *Jurnal Ekonomi Efektif* 2, no. 2 (Februari, 2020): 253,

Produk bernilai positif sebesar 0,377. Berarti Kualitas Produk mempunyai hubungan positif terhadap Volume Penjualan, sehingga setiap terjadi 1 satuan pada besaran Kualitas Produk maka Volume Penjualan akan meningkat sebesar 0,377. Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) diketahui variabel Kualitas Produk diperoleh t hitung sebesar 5,023 lebih besar dari t tabel 2,04841 dengan taraf signifikan 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima yang berarti bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa asumsi peneliti tentang variabel Kualitas Produk, yaitu semakin Kualitas Produk yang diberikan baik, maka akan mempengaruhi peningkatan Volume Penjualan di toko Chand Pictures Pangarengan Sampang. Seperti pada teori menurut Tjiptono bahwasannya jika kualitas produk sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen akan membeli produk tersebut secara berulang.

Hasil penelitian diatas sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deki Kil'it yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Distro Popin Pangkal Pinang ”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap volume penjualan dengan perhitungan yang diperoleh t hitung $6,777 > t$ tabel 1,9727 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.²

² Deki Kil'it “ Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan pada distro popin pangkal pinang ” (Universitas Bangka Belitung, Bangka Belitung, 2016), 15.

3. Ha : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Smudge Art secara Simultan terhadap Volume Penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (Uji F) diperoleh F hitung sebesar 29,847 > F tabel sebesar 4,19. Dan signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$. Sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, Harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

Harga menjadi tolak ukur dalam membeli suatu barang, biasanya konsumen akan melihat harga terlebih dahulu selanjutnya baru melihat kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan. ketika harga dan kualitas produk seimbang maka konsumen akan membeli produk tersebut. Untuk itu toko Chand Pictures harus tetap menjaga keseimbangan harga dan kualitas produk agar para konsumen tetap membeli produk yang ditawarkan. Selain itu, untuk meningkatkan kualitas produk disini perusahaan harus menggunakan bahan yang diproduksi berkualitas, melakukan analisa rutin terhadap pekerja dalam membuat produk tersebut, mendengarkan pengalaman tentang penggunaan produk tersebut, dan mendengarkan keluhan kesah konsumen terhadap produk tersebut. Ketika perusahaan mendengarkan keluhan kesah konsumen dan memperbaiki produk, maka konsumen akan merasa diberikan perhatian khusus sehingga konsumen menjadi loyal dan meningkatkan daya beli terhadap produk tersebut.

Hal ini didukung dengan penelitian dari Catur Noda Siti Annisari dengan judul “ Pengaruh *Experiental Marketing*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap

Volume Penjualan Dan Tinjauan Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Percetakan Dan Penerbitan fa Menara Kudus “ yang menunjukkan bahwa Variabel Experiential Marketing (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) terhadap Volume Penjualan (Y) di Perusahaan Percetakan dan Penerbitan fa Menara Kudus. Hasil uji f diperoleh F hitung sebesar 22,681 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ oleh karena itu F hitung $> F$ tabel ($22,681 > 2,77$), maka H_0 ditolak H_a diterima.³

4. Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk *Smudge Art* terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

Berdasarkan hasil pengujian secara Parsial (Uji t) diketahui variabel Harga diperoleh t hitung sebesar 2,107 lebih besar dari t tabel 2,04841 dengan taraf signifikan 0,044 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

Dari hasil uji t diatas menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan. Untuk itu toko Chand Pictures dalam mekanisme penetapan harga harus sesuai dengan harga pasar dan menjaga kestabilan harga produk serta berperilaku adil dalam penetapan harga yaitu dengan rela sama rela antara toko Chand Pictures dan konsumen. Karena keadilan merupakan salah satu

³ Catur Dona Siti Annisasari, “Pengaruh *Experiential Marketing*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Dan Tinjauan Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Percetakan Dan Penerbitan fa Menara Kudus “ (IAIN Kudus, Kudus, 2020), 96

prinsip pemasaran syariah, prinsip ini terkait keadilan sesama penjual dan pembeli dalam transaksi yang halal dan hak memilih dari kedua belah pihak.

Konsep penetapan harga dalam islam harus terjadi secara adil tanpa ada pihak yang dirugikan. Menurut Ibnu Taimiyah menganggap bahwa harga yang setara adalah harga yang adil, ia juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas yakni pertemuan antara permintaan dan penawaran⁴. Menurut Al-Ghazali menyatakan bahwa dengan mengurangi margin keuntungan dengan menjual pada harga yang murah akan meningkatkan volume penjualan dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan. Artinya dengan menjual harga lebih murah dengan mengurangi keuntungan tanpa mengurangi kuantitas dan kualitas maka dapat meningkatkan penjualan.⁵

Menurut Adimarwan Karim menyatakan bahwa penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep islam, pertemuan permintaan dan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Jadi titik pertemuan antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak.⁶

Islam melarang seorang penjual dalam menetapkan harga yang lebih tinggi dari biaya input dan margin keuntungan. Tindakan ini mendapat keuntungan yang

⁴ An'im Fattah, "Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam" *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* 2, no. 2(Tahun 2017): 454,

⁵ Ir.Adiwarman Karim, SE,MA.*Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta : Penerbit III T Indonesia, 2003), 23

⁶ Ir.Adiwarman Karim, SE,MA.*Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta : Penerbit III T Indonesia, 2003), 236

tidak wajar melalui penerapan yang tinggi tanpa adanya perubahan kualitas yang baik atau penambahan kuantitas yang baik. Karena tidak ada keseimbangan antara harga dan produk. Selain itu, Praktik diskriminasi harga juga dilarang dalam islam. Penjual tidak diperbolehkan menetapkan harga yang berbeda kepada dua orang pembeli atau lebih atas barang yang sama.⁷

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Firza Oktavia Nurul Kumala dan Moch. Khiorul Anwar yang berjudul “ Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama “ Dalam penelitian ini menyatakan bahwa Harga dan Kualitas Produk Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa harga dan kualitas produk yang tergolong berkualitas dan layak dijadikan pertimbangan dalam keputusan pembelian. Konsumsi dalam islam menitik beratkan pada istilah masalah yang berarti adanya manfaat sehingga konsumen rela melakukan apapun demi mendapatkan manfaat bagi dirinya sendiri dan lingkungan sekitar.⁸

Berdasarkan hasil pengujian secara Parsial (Uji t) diketahui variabel Kualitas Produk diperoleh t hitung sebesar 5,023 lebih besar dari t tabel 2,04841 dengan taraf signifikan 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak H_a diterima yang berarti bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan di Toko Chand Pictures Pangarengan Sampang.

⁷ Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi edisi pertama*, (Kencana: Depok, 2017), 140-141

⁸ Firza Oktavia Nurul Kumala dan Moch. Khoirul Anwar, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama” *Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 2(Tahun 2020), 30,

Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan, untuk itu Toko Chand Pictures dalam pemilihan bahan dan proses produksi harus berdasarkan prinsip syariah yaitu menggunakan bahan yang halal. Kehalalan sebuah produk menjadi salah satu yang mendasar dalam prinsip pemasaran syariah, baik dari segi halal berdasarkan bahan, proses produksi, hingga transaksi. Dalam islam produk yang ditawarkan harus merujuk pada *halalan toyyiban* yaitu halal lagi baik. Islam sangat menganjurkan untuk menggunakan barang-barang yang baik dan bermanfaat bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Karena dengan barang yang berkualitas dan bermanfaat akan memiliki kepuasan tersendiri bagi setiap konsumen. Dengan memberikan kualitas yang baik akan meningkatkan volume penjualan pada produk *Smudge Art*. Selain itu, toko Chand Pictures harus menerapkan prinsip kejujuran dalam menawarkan produk. Karena kejujuran merupakan salah satu prinsip pemasaran syariah. Menurut Idris Parakkasi menyatakan bahwa Prinsip kejujuran bertujuan untuk membangun dan menjaga kepercayaan konsumen. Kepercayaan akan mendorong bertambahnya relasi bisnis yang pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas secara berkesinambungan.⁹

Dalam penelitian yang dilakukan oleh M. Ainurrofiq dengan judul “Analisis Efek Islamic Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada Warung Makan Dapur M’riah Mojokerto”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada warung M’riah Mojokerto. Dalam hal ini menyatakan bahwa baik

⁹ Dr. Ir. H. Idris Parakkasi, MM, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Lindan Bestari: Bogor, 2020), 18

buruk kualitas produk dan tinggi rendahnya harga dapat mempengaruhi volume penjualan.¹⁰

Islam sangat menitikberatkan etika dan moral, untuk itu Toko Chand Pictures diharapkan menerapkan prinsip syariah seperti halnya harga produk, penetapan harga dalam islam harus sesuai dengan harga di pasar agar tidak ada pihak yang dirugikan, baik ke sesama produsen maupun konsumen. Kehalalan sebuah produk juga harus diperhatikan, baik dari segi bahan baku, proses produksi maupun dalam proses transaksi. Karena kehalalan produk merupakan prinsip dasar dalam ekonomi islam. Selain itu, kejujuran juga harus diterapkan dalam menawarkan sebuah produk agar tidak ada pihak yang dirugikan. Dengan demikian, segala perilaku produsen dan konsumen muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari barang dan penguasaan barang yang tahan lama, melainkan dalam rangka mendapatkan ridha Allah SWT.

¹⁰ M. Ainurrofiq, "Analisis Efek Islamic Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada Warung Makan Dapur M'riah Mojokerto", *Jurnal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Education Research* 4, No. 1 (Tahun 2020): 76