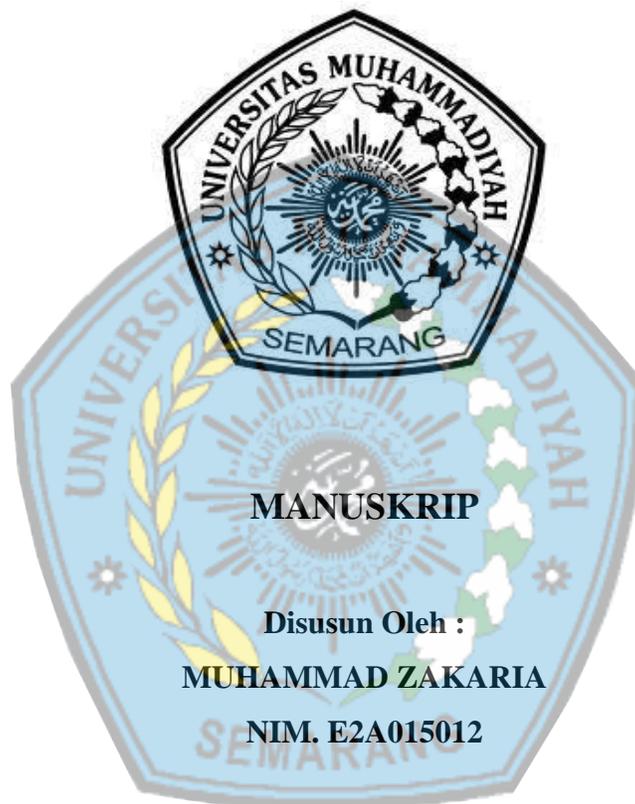


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN**
(Studi Pada Petani Garam Kabupaten Rembang)



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG
2020**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Zakaria
Nomor Induk Mahasiswa : E2A015012
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Manajemen
Judul Usulan Penelitian Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Distribusi Terhadap
Volume Penjualan (Studi Pada Petani Garam
Kabupaten Rembang)

Telah memenuhi syarat dan dinyatakan lengkap sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang

Semarang, 13 Mei 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dr. Haerudin, MT)
NIDN. 0609075801

(Drs. Triyono, MM)
NIP. 195902061986031003

Mengetahui,
Ketua Program Studi

(Drs. Triyono, MM)
NIP. 195902061986031003

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN (Studi Pada Petani Garam Kabupaten Rembang)

Muhammad Zakaria

(E2A015012)

Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email : jembetrio@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the Effect of Product Quality (X_1), Distribution (X_2) of Sales Volume (Y) Study on Salt Farmers in Rembang Regency. The data used in this study are primary data. In this study, the sampling method using the Non Probability Sample method is Purposive Sampling.

The results of this study indicate that Product Quality (X_1), Distribution (X_2) simultaneously have a positive significant effect on Sales Volume (Y) on Salt Farmers in Rembang Regency.

Keywords : Product Quality, Distribution, Sales Volume

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Distribusi (X_2) Terhadap Volume Penjualan (Y) Studi Pada Petani Garam Kabupaten Rembang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Non Probability Sample* yaitu *Purposive Sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_1), Distribusi (X_2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) pada Petani Garam Kabupaten Rembang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Distribusi, Volume Penjualan



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan usaha yang bertambah pesat seiring dengan perkembangan teknologi, telah membawa pengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia. Hal itu terlihat dari persaingan di dunia usaha yang semakin tinggi dalam menawarkan produk. Beberapa pebisnis menawarkan produk sejenis, namun masing-masing pebisnis harus berusaha maksimal untuk menciptakan produk yang unik dan berkualitas.

Selain itu pebisnis juga harus mampu memahami dan menganalisa apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen agar bisa bertahan dalam persaingan usaha. Jika produk yang ditawarkan pebisnis dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka mereka akan membeli produk tersebut. Setelah pebisnis mampu menarik konsumen untuk membeli produknya, selanjutnya pebisnis tersebut mempertahankan kualitas produknya dan terus berinovasi.

Menurut Nasution (2015 : 3) pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dalam sudut pandang manajemen operasional kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Sedangkan dalam sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing-mix*), yaitu produk, harga, promosi dan distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan juga memperluas pangsa pasar perusahaan.

Tidak ada ukuran yang pasti untuk suatu barang atau jasa yang dihasilkan dapat dikatakan sebagai produk yang berkualitas karena seperti yang dijelaskan oleh Hansen dan Mowen (2006 : 623) “*Quality is often referred to as the degree or grade of excellence, this it is a relative measure of goodness*”.

Maksudnya ialah kualitas sering diartikan sebagai derajat atau tingkat keunggulan, dalam hal ini kualitas merupakan ukuran relatif atas suatu produk atau jasa yang diminati atau tingkat kebaikan produk dalam nilai persepsi oleh *user*. Usaha dapat berjalan lancar apabila produknya bisa dipasarkan, untuk memasarkan produk tersebut para pebisnis dituntut untuk memperhatikan kualitas produknya sehingga bisa bersaing dipasaran. Kualitas Produk sendiri ditentukan oleh beberapa faktor dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang baik dan lebih dari produk pesaing membuat produk bisa merebut pangsa pasar.

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini sebagai judul skripsi yang penulis susun dan secara lengkap judul tersebut adalah “Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Petani Garam Kabupaten Rembang)”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini mengambil “Pengaruh Kualitas Produk, Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Petani Garam Kabupaten Rembang)” maka pokok masalah yang akan di bahas adalah :

1. Bagaimana faktor Kualitas Produk mempengaruhi Volume Penjualan Petani Garam Kabupaten Rembang?
2. Bagaimana Distribusi mempengaruhi Volume Penjualan Petani Garam Kabupaten Rembang?
3. Bagaimana Kualitas Produk dan Distribusi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Volume Penjualan Petani Garam Kabupaten Rembang?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebaagi berikut :

1. Menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan
 2. Menganalisa pengaruh Distribusi terhadap Volume Penjualan
 3. Menganalisa pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi secara bersama-sama terhadap Volume Penjualan
- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :
1. Secara Teoritis
 - a. Secara teoritis hasil penelitian ini dapat menambah wawasan tentang ilmu pengetahuan terutama dalam disiplin ilmu manajemen khususnya pada kajian-kajian mengenai manajemen pemasaran dengan memberikan gambaran mengenai Kualitas Produk dan Distribusi dan pengaruhnya terhadap Volume Penjualan Petani Garam Kabupaten Rembang
 - b. Dapat memberikan sumbangan dalam rangka pengembangan ilmu sesuai dengan bidang keahliannya.
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Volume Penjualan dalam suatu pasar
 2. Secara Praktis
 - a. Bagi peneliti, untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
 - b. Bagi peneliti lain, laporan penelitian ini dapat menambah satu bacaan dan referensi untuk penelitian sejenis.

PEMBAHASAN

Landasan Teori

Landasan teori merupakan teori yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti dan sebagai dasar untuk memberi jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan (hipotesis) dan penyusunan instrument penelitian. Teori yang digunakan bukan sekedar pendapat dari pengarang atau pendapat lain, tetapi teori yang benar-benar telah teruji kebenarannya. Landasan teori sangat penting dalam sebuah penelitian terutama dalam sebuah skripsi peneliti tidak mengembangkan masalah yang mungkin ditemui ditempat penelitian jika tidak memiliki acuan landasan teori yang mendukungnya.

Dalam sebuah penelitian, landasan teori layaknya fondasi pada sebuah bangunan. Bangunan akan terlihat kokoh bila fondasinya kuat, begitu pula dengan penulisan skripsi, tanpa landasan teori penelitian dan metode yang digunakan tidak akan berjalan lancar.

Peneliti juga tidak bisa membuat pengukuran atau tidak memiliki standar alat ukur jika ada landasan teori. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiono (2012:52), bahwa landasan teori perlu ditegakkan agar penelitian itu mempunyai dasar yang kokoh dan bukan sekedar perbuatan coba coba (*trial and error*). Landasan teori adalah seperangkat definisi, konsep dan proporsi yang telah disusun rapi serta sistematis tentang variabel variabel dalam sebuah penelitian.

Landasan teori ini akan menjadi dasar yang kuat dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Pembuatan landasan teori yang baik dan benar dalam sebuah penelitian menjadi hal yang penting karena landasan teori ini menjadi sebuah fondasi serta landasan dalam penelitian tersebut. Yang dibahas pada bagian ini adalah teori-teori tentang ilmu-ilmu yang diteliti. Penyajian teori dalam landasan teori dianggap tidak terlalu sulit karena bersumber dari bacaan-bacaan.

Kualitas Produk

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu produk atau jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas tergantung pada kemampuan penyedia produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Tjiptono, 2006).

Menurut Tjiptono (2006) dimensi kualitas produk yang merupakan indikator dari kualitas produk, meliputi :

- a. Kinerja
- b. Keistimewaan tambahan
- c. Keandalan
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi
- e. Daya tahan
- f. Etetika

Distribusi

Distribusi merupakan usaha untuk mencapai hasil yang optimal dengan menggunakan sumber daya yang tersedia dalam suatu perusahaan (Budi, 2010). Tujuan distribusi yaitu untuk mengetahui tingkat efisiensi pada setiap wilayah, sehingga apabila terdapat distribusi yang tidak efisien maka dapat di perbaiki sehingga menjadi efisien dan optimum.

Saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dan suatu produk untuk menciptakan kegunaan pasar tertentu. Bentuk saluran distribusi meliputi saluran langsung dan saluran tidak langsung.

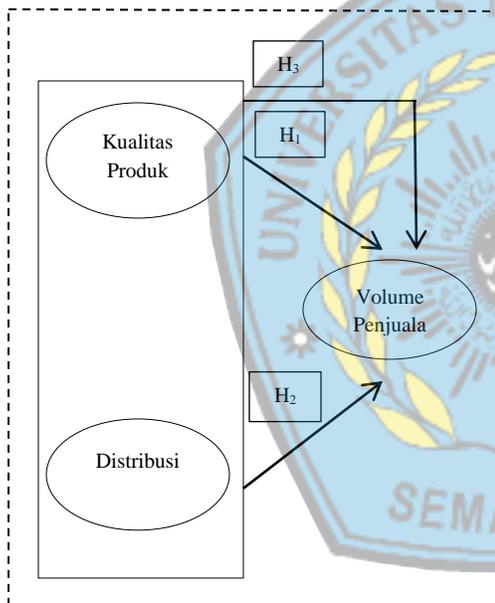
Volume Penjualan

Menurut Schiffan (2005:118), volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah).

Menurut Basu Swasta terdapat beberapa indikator dari volume penjualan yaitu :

- a. Mencapai volume penjualan
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menujang pertumbuhan perusahaan

Kerangka Berpikir



Sumber : Dikembangkan dalam penelitian

Keterangan :

Dalam upaya menuju pada Volume Penjualan, Maka perusahaan ditekankan untuk menjaga pengelolaan perusahaan dalam peningkatan peran Kualitas Produk, dan Distribusi.

METODOE PENELITIAN

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau sesuatu yang menjadi titik perhatian. Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel bebas dan variable terikat. Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat.

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas (Umar,2008). Variabel penelitian terdiri dari dua macam, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) atau yang bergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya.

Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal lain yang ingin diteliti (Sekaran,2006). Populasi dalam penelitian ini adalah Petani Garam di Kabupaten Rembang.

Sampel

Sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran, 2006).

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin dengan pertimbangan bahwa populasi relatif homogen/seragam sehingga tidak terlalu diperlukan untuk distratifikasi. Selain itu, penggunaan rumus ini akan menghasilkan jumlah sampel yang relative lebih besar dibanding beberapa rumus lain, sehingga karakteristik dari populasi akan lebih terwakili.

Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan misalnya 2%, 5%, 10% (Budi Koestoro dan Basrowi, 2006). Teknik dalam pengambilan sampel yaitu teknik sampling nonprobabilitas, adalah teknik pengambilan sampel yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti atau menurut pertimbangan pakar.

Cara penarikan sampel secara nonprobabilitas adalah dengan *purposive sampling*, penarikan sampel secara purposif merupakan cara penarikan sample yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan batas masalah yang ditolerir sebesar 10%. Dalam tahun 2019 jumlah populasi sudah diketahui yakni 250 terdiri dari 42 petani garam luar daerah (seperti Pati dan Juwana) yang memiliki tambak garam di daerah Rembang dan 208 petani garam Kabupaten Rembang sendiri. Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diteliti dalam penelian ini adalah :

$n = 71,437$ atau **71** responden.

Jadi dalam penelitian ini penulis mengambil sampel yaitu petani garam di Kabupaten Rembang yang terdiri dari 71 responden yang akan diteliti.

Metode Pengumpulan Data

1. Angkar atau kuesioner
2. Metode dokumentasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Garam Kabupaten Rembang

Garam merupakan salah satu komoditas strategis, karena selain merupakan kebutuhan pokok yang dikonsumsi manusia lebih kurang 4 kg per tahun juga dapat digunakan sebagai bahan baku industri (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2011 dalam Widiarto 2013). Penggunaan garam secara garis besar dapat dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu (1) Garam untuk konsumsi manusia, (2) Garam untuk pengasinan dan aneka pangan dan (3) Garam untuk industri.

Dalam memenuhi kebutuhan pokok garam lokal, produksi dalam negeri belum mampu memenuhi kebutuhannya, sehingga dalam memenuhi kebutuhan pokok garam masih bergantung pada garam dari luar negeri. Pemenuhan kebutuhan garam nasional selama ini dilakukan melalui produksi sendiri dan impor. Potensi garam dari laut yang besar tidak memberikan kecukupan kebutuhan garam nasional.

Dengan potensi dan daya dukung alam kelautan tersebut seharusnya Indonesia mampu memproduksi dan memenuhi kebutuhan garam sendiri.

Rembang adalah merupakan Kabupaten yang wilayah bagian utaranya adalah wilayah pesisir pantai. Dengan infrastruktur yang sangat terbatas dan persentase penduduk miskin cukup tinggi, Rembang memiliki sumber daya alam yang unggul berupa garam. Garam juga merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Rembang (Aviv dan Tahwin, 2016).

Pemerintah Kabupaten Rembang melalui Dinas Kelautan dan Perikanan terus berupaya meningkatkan produksi garam di Kabupaten Rembang agar mampu bersaing ditingkat regional maupun nasional. Garam sangat berperan penting dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Untuk lebih memudahkan dalam penggambaran manfaat garam dalam berbagai kehidupan manusia, garam terbukti menjadi sangat penting manfaatnya.

Deskripsi Data Penelitian

Pengambilan data pada penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada Petani Garam di Kabupaten Rembang. Terdapat 85 Kuesioner yang disebar dengan tingkat pengembalian 90% dengan indikator yang diolah 71 kuesioner dengan rincian sebagai berikut :

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Kuesioner yang disebar	85
2.	Kuesioner yang diterima	85
3.	Kuesioner yang rusak	14
4.	Kuesioner yang dapat diolah	71

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.459	1.759		1.966	.053
Kualitas Produk	.164	.071	.268	2.312	.024
Distribusi	.111	.066	.194	1.673	.099

a. Dependent Variable : Y (Volume Penjualan)

Sumber Data Penelitian yang diolah 2019

Dari hasil uji persamaan pada tabel 4.3 dapat di simpulkan bahwa Volume Penjualan (Y) mengandung :

1. Tanda-tanda koefisien regresi

mencerminkan hubungan antar variabel independen (Kualitas Produk dan Distribusi) dengan variabel dependen (Volume Penjualan) pada Petani Garam Kabupaten Rembang. Tanda (+) berarti terdapat pengaruh yang positif atau searah antar variabel independen dengan variabel dependen. Koefisien regresi yang positif artinya semakin meningkat nilai variabel independen (Kualitas Produk dan Distribusi) maka semakin meningkat pula nilai variabel dependen (Volume Penjualan), demikian pula sebaliknya apabila koefisien regresi negatif (-) artinya semakin menurun nilai variabel independen (Kualitas Produk dan Distribusi) maka semakin meningkat nilai variabel dependen (Volume Penjualan), pada Petani Garam Kabupaten Rembang.

2. Nilai konstanta pada persamaan regresi sebesar 3.459 menunjukkan bahwa jika

variabel independen lainnya bernilai 0, maka variabel Volume Penjualan sebesar 3.459.

3. Koefisien Kualitas Produk (X_1) sebesar 0.427 artinya apabila Kualitas Produk mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Volume Penjualan akan mengalami kenaikan sebesar 0.427.
4. Koefisien Kualitas Produk (X_2) sebesar 0.111 artinya apabila Distribusi mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel dependen yaitu Volume Penjualan akan mengalami kenaikan sebesar 0.111.

Uji Validitas

Variabel	Butir Instrumen	r Hitung	r Tabel	Keputusan (Keterangan)
Kualitas Produk	r ($X_1, 1$) (Y)	0,437	0,2335	Valid
	r ($X_1, 2$) (Y)	0,276	0,2335	Valid
	r ($X_1, 3$) (Y)	0,485	0,2335	Valid
	r ($X_1, 4$) (Y)	0,398	0,2335	Valid
	r ($X_1, 5$) (Y)	0,506	0,2335	Valid
Distribusi	r ($X_2, 1$) (Y)	0,596	0,2335	Valid
	r ($X_2, 2$) (Y)	0,547	0,2335	Valid
	r ($X_2, 3$) (Y)	0,571	0,2335	Valid
	r ($X_2, 4$) (Y)	0,464	0,2335	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan uji validitas diatas di ketahui bahwa variabel Kualitas Produk dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dibandingkan r tabel = 0,2335 sehingga semua pertanyaan dapat digunakan sebagai pengumpulan data penelitian.

Berdasarkan hasil pengolahan uji validitas tersebut variabel Distribusi dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dibandingkan r tabel = 0,2335 sehingga semua pertanyaan dapat digunakan sebagai pengumpulan data penelitian. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrumen memiliki validitas baik.

Uji Reliabilitas

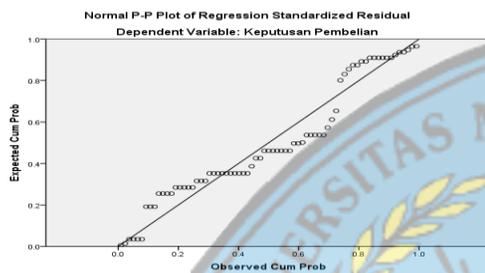
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,558	Reliabel
Distribusi	0,674	Reliabel
Volume Penjualan	0,639	Reliabel

Sumber Data Penelitian yang di olah 2019

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,558 dari 5 item pertanyaan. Variabel Distribusi memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,674 dari 4 item pertanyaan.

Dan Volume Penjualan memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,639 dari 2 item pertanyaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa ke tiga variabel penelitian dilakukan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas



Sumber Data Penelitian yang di olah 2019

Pada gambar 4.1 diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut

homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2011).

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	-.561	1.105		
Kualitas Produk (X ₁)	-.007	.044	-.020	-.167	.868
Distribusi (X ₂)	.064	.042	.189	1.544	.127

a. Dependent Variable : Volume Penjualan

Sumber Data Penelitian yang di olah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai sig untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0,868 > 0,05 dan nilai sig untuk variabel Distribusi sebesar 0,127 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi X₁ (Kualitas Produk), X₂ (Distribusi) mengandung heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	3.459	1.759				
Kualitas Produk	.164	.071	.268	2.312	.024	.947	1.056
Distribusi	.111	.066	.194	1.673	.099	.947	1.056

a. Dependent Variable : Volume Penjualan

Sumber Data Penelitian yang di olah 2019

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X₁) memiliki *tolerance* 0,947 dan VIF 1.056

Sedangkan variabel Distribusi memiliki *tolerance* 0,947 dan VIF 1.056. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel independen (bebas) atau tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.365 [*]	.133	.108	.58212	2.140

a. Predictors : (Constant) Kualitas Produk (X₁), Distribusi (X₂)
 b. Dependent Variable : Volume Penjualan

Sumber Data Penelitian yang di olah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 hasil perhitungan Durbin-Watson (DW) menunjukkan angka sebesar 2.140. Berdasarkan tabel Durbin-Watson (DW) yang menggunakan derajat kepercayaan 0,05 jumlah sampel 71 dan jumlah variabel independen ada 2 (dua) maka akad didapatkan nilai batas bawah (dL) 1.5577 dan batas atas (dU) 1.6733. Menurut ketentuan Durbin-Watson (DW) jika $(4 - 2.140) > dU$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif. Maka dapat disimpulkan $(4 - 2.140) 2.136 > dU 1.6733$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif.

Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis adalah suatu prosedur yang dilakukan dengan

tujuan memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis itu. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang di buat mengandung ketidakpastian.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variasi variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2007).

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.365 [*]	.133	.108	.58212

a. Predictors : (Constant) Kualitas Produk (X₁), Distribusi (X₂)
 b. Dependent Variable : Volume Penjualan

Sumber Data Penelitian yang di olah 2019

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui R square sebesar 0,133 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk dan Distribusi terhadap Volume Penjualan

adalah sebesar 13% artinya Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk, distribusi dan sisanya 87% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis diatas maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X_1) memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,024. Karena $0,024 < \alpha 0,05$ maka H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Volume Penjualan (Y)
2. Distribusi (X_2) memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,099. Karena $0,099 < \alpha 0,05$ maka H_2 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Distribusi (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y)
3. Kualitas Produk (X_1) dan Distribusi (X_2) secara simultan

berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y). Hasil dari F hitung sebesar 5.237 dengan nilai signifikannya 0.000. Dimana nilai signifikansi ini kurang dari nilai alpha sebesar 0.05 sehingga memberikan keputusan bahwa semua variabel independen (Kualitas Produk dan Distribusi) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Volume Penjualan)

4. Kualitas Produk dan Distribusi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Volume Penjualan dengan nilai F_{hitung} sebesar 5,237
5. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh hasil persamaan model regresi $Y = 3459 + 0,164 X_1 + 0,111 X_2 + 1.759$
6. Volume Penjualan pada model penelitian dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk dan Distribusi sebesar 13%

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi para peneliti lain dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan memasukkan variabel-variabel lain selain Kualitas Produk dan Distribusi. Hal tersebut didasarkan atas diperolehnya nilai R Square sebesar 13,3% sehingga potensi penelitian untuk variabel lain dalam penelitian dengan orientasi Volume Penjualan sebesar 86,7%.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 2 (dua) variabel independen untuk menilai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Volume Penjualan. Untuk itu, peneliti yang akan datang dapat menambah variabel baru dan rasio-rasio probabilitas lain dan menghubungkannya untuk mengetahui faktor lain yang

dapat mempengaruhi Volume Penjualan dan periode penelitian yang lebih panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim Adiwarmanto, 2014, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Anjar, Nova. 2012. *Analisis Harga dan Produk pada Penjualan*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang
- Basu Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta : Penerbit Liberty
- Basu Swastha Dharmamesta dan T. Hani Handoko. 2004. *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Liberty.
- Boyd, et. al. 2000. *Manajemen Pemasaran ; Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga. Jakarta.
- Cravens, David W, 1994. *Manajemen Strategis*, Jakarta : Erlangga
- Efendi, Pakpahan. 2009. *Pengaruh Rasio Profitabilitas, Rasio Solvabilitas, dan Risiko Sistematis terhadap Harga Saham Properti di Bursa Efek*. Jakarta.

- Fernando L.P Wawo.,dkk. (2016). *Analisis Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi Terhadap Kinerja Pemasaran Vol 4*, No Universitas Sam Ratulangi
- Frendy Sutikno. (2015). *Pengaruh Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan Indonesia*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 3 No. 10.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ghozali, Imam. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hansen dan Mowen, 2006, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- _____, 2005, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi II, PT Indeks Kelompok Jakarta : Gramedia.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Nasution, Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. 2015. Bogor. Ghalia Indonesia
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,2012, *Manajemen Pemasaran* ed.Ketiga Belas . Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. PT Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta 111
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior*. 10th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung Afabeta