

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Diskripsi Latar Belakang Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Mebel Kembang Jati**

Mebel kembang jati adalah Industri mebel yang mengolah bahan mentah berupa kayu menjadi produk jadi berupa mebel, seperti meja, kursi, lemari, dan perabotan lainnya. Industri mebel di Desa kepatihan adalah salah satu industri di Kabupaten Tulungagung yang berkembang menjadi sentra. Berkembangnya sentra industri mebel di Desa kepatihan ini berdampak pada aspek sosial-ekonomi warga desa, seperti berubahnya mata pencaharian

Pada tahun 2010 mebel kembang jati berdiri dan belum memiliki nama. bahwa konsumen yang membeli mebel lebih berdasarkan rekomendasi dari kenalan, saudara atau langsung ke ruang pameran mebel. Setelah banyak pelanggan yang memesan produk di mebel kembang jati maka didirikanlah mebel yang bernama kembang jati setelah di beri nama mebel kembang jati menyewa ruko yang ada di kepatihan pada tahun 2011,

Setelah itu mebel kembang jati menambah jumlah karyawan yang mulanya cuma dua orang menjadi tiga orang sampai tahun 2012. Pada

tahun 2013 kelangsungan mebel kembang jati mulai memakai bauran promosi melalui koran dan radio yang sangat dipengaruhi oleh informasi dan akses pasar semenjak itu mebel kembang jati memiliki banyak pesanan-pesanan. Sampai keluar kota dan sampai sekarang mebel kembang jati masih berkembang yng akan merambah ke pasar internasional

## 2. Profil toko mebel kembang jati

Profil Toko Mebel Kembang Jati :

Nama : Mebel kembang Jati

Alamat : Desa Tunggulsari, Kedungwaru

Tahun berdiri : 2010

Jenis usaha : Mebel

## 3. Karakteristik Pelanggan

Karakteristik pelanggan toko mebel kembang jati pada produk mebel dalam penelitian ini di identifikasikan berdasarkan faktor yaitu, jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat penghasilan

### a. Jenis kelamin

**Tabel 4. 1 Jenis Kelamin pelanggan**

Jenis kelamin	Responden	Presentase (%)
Laki-laki	23	46

<b>Perempuan</b>	<b>17</b>	<b>44</b>
<b>Jumlah</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

**Sumber: kuesioner identitas responden**

Tabel jenis kelamin di atas menunjukkan bahwa jumlah responden pelanggan mayoritas adalah laki-laki sebanyak 23 orang atau 56%, sedangkan jumlah perempuan sebanyak 17 orang atau 44%.

b. Usia

**Tabel 4.2 Usia pelanggan**

<b>Usia</b>	<b>Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
<20 tahun	<b>9</b>	22,5
20-30 tahun	19	47,5
>30 tahun	12	30
Total	40	100

**Sumber: kuesioner identitas responden**

Tabel usia di atas menunjukkan bahwa mayoritas usia responden yaitu, usia 20-30 tahun sejumlah 19 orang atau 47,5% dan yang paling sedikit berusia <20 tahun sejumlah 9 orang atau 22,5%.

c. Penghasilan

**Tabel 4.3 Penghasilan Per Bulan**

<b>Penghasilan/bulan</b>	<b>Total</b>	<b>Presentase (%)</b>
<Rp. 500.000	6	15

Rp. 500.000-Rp1.000.000	19	47,5
>1.000.000	15	37,5
Total	40	100

**Sumber: kuesioner identitas responden**

Tabel penghasilan per bulan di atas menunjukkan bahwa mayoritas penghasilan per bulan responden yaitu Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sejumlah 19 orang atau 47,5% dan paling sedikit <Rp. 500.000 sejumlah 6 orang atau 15%.

d. Pekerjaan

**Tabel 4.4**

**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan**

Bidang pekerjaa	Responden	Presentase (%)
PNS	3	7,5
Pegawai Swasta	20	50
Wirasuawasta	13	32,5
TNI/POLRI	4	10
Total	40	100

**Sumber: kuesioner identitas responden**

Berdasarkan tabel pekerjaan di atas menunjukkan mayoritas berdasarkan pekerjaan responden yang pekerjaannya sebagai PNS sebanyak 3 orang atau 7,5% dan

paling sedikit ,dan responden paling banyak ada pada pegawai swasta sebanyak 20 orang atau 50%.

## B. Deskripsi Data

### 1. Deskripsi variable harga ( $X_1$ )

Item Pernyataan	Jawaban responden				
	SS	S	N	TS	STS
Terdapat berbagai macam pilihan harga sesuai dengan barang yang dipesan( $X_{1.1.1}$ )	8	11	15	4	2
Harga yang ditawarkan sesuai dengan kuantitas barang yang disediakan( $X_{1.1.2}$ )	1	18	11	8	2
Sesuai dengan kualitas barang yang di pasarkan( $X_{1.2.1}$ )	3	20	5	4	8
Sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan( $X_{1.2.2}$ )	8	11	14	4	3
Harga yang ditawarkan lebih rendah dari pada mebel-mebel yang lainnya( $X_{1.3.1}$ )	1	18	12	6	3
Lebih berkualitas dibandingkan dengan mebel-mebel yang lainnya( $X_{1.3.2}$ )	2	19	7	7	5
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>97</b>	<b>64</b>	<b>33</b>	<b>23</b>
Presentase (%)	<b>10,6</b>	<b>44,7</b>	<b>29,5</b>	<b>15,2</b>	<b>10,6</b>

Sumber: Toko Mebel Kembang jati

Tabel di atas merupakan hasil rekapitulasi jawaban responden indikator harga yang dapat diartikan, responden cenderung setuju bahwa pedagang selalu berkata apa adanya sehingga konsumen memiliki kepercayaan dengan jumlah 40 jawaban responden.

## 2. Deskripsi variable promosi (X<sub>2</sub>)

Item pertanyaan	Jawaban responden				
	SS	S	N	TS	STS
pelanggan mendapat info terkait produk-produk mebel dari radio.(X <sub>2.1.1</sub> )	7	13	14	4	2
Pelanggan mendapat info terkait produk-produk mebel dari koran(X <sub>2.1.2</sub> )	3	14	16	7	0
Pemilik melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan terkait produk mebel yang ditawarkan secara rinci.(X <sub>2.2.1</sub> )	2	20	6	8	4
Karyawan melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan terkait produk mebel yang ditawarkan secara rinci.(X <sub>2.2.2</sub> )	0	18	11	7	3
Bonus yang diberikan toko mebel kembang jati dapat mempengaruhi minat pembeli dalam memilih produk.(X <sub>2.3.1</sub> )	2	20	7	7	4
Diskon atau potongan harga yang di berikan toko mebel kembang jati dapat mempengaruhi minat pembeli(X <sub>2.3.2</sub> )	2	18	13	7	0
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>103</b>	<b>67</b>	<b>40</b>	<b>13</b>
Presentase (%)	<b>6,7</b>	<b>43,5</b>	<b>28</b>	<b>16,7</b>	<b>5,4</b>

Sumber: Toko Mebel Kembang Jati

diketahui bahwa responden memilih dengan jumlah samp responden yang diambil sebesar 40 jumlah responden. Dari rekapitulasi tabel 4.7 banyak responden cenderung menjawab setuju dalam indikator variabel Promosi.

### 3. Deskripsi variabel volume penjualan (Y)

Item pertanyaan	Jawaban responden				
	SS	S	N	TS	STS
Harga jual yang di tawarkan dapat mempengaruhi penjualan barang di toko mebel kembang jati	8	14	12	1	5
Harga jual yang di tawarkan dapat di jangkau oleh konsumen toko mebel kembang jati	5	20	9	6	0
Produk yang di tawarkan menarik bagi konsumen toko mebel kembang jati	6	18	7	5	4
Barang yang di tawarkan toko mebel kembang jati sesuai kebutuhan bagi konsumen	8	15	12	0	5
Kualitas produk toko kembang jati layak bagi konsumen toko kembang jati	5	18	10	6	1
Mutu dari produk toko mebel kembang jati berpengaruh terhadap penjualan toko mebel kembang jati	5	19	10	5	1
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>104</b>	<b>60</b>	<b>23</b>	<b>16</b>
Presentase (%)	<b>15,4</b>	<b>43,3</b>	<b>25</b>	<b>9,5</b>	<b>6,6</b>
Presentase (%)	<b>6,7</b>	<b>43,5</b>	<b>28</b>	<b>16,7</b>	<b>5,4</b>

Sumber: Toko Mebel Kembang jati

diketahui bahwa responden memilih dengan jumlah responden yang diambil sebesar 40 jumlah responden. Dari rekapitulasi tabel 4.7 banyak responden cenderung menjawab setuju dalam indikator variabel volume penjualan

### C. Pengujian hipotesis

#### 1. Analisis uji validitas rehabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk valid atau tidaknya suatu data. Dalam penelitian ini, validitas diukur dengan cara melihat nilai *corrected item total*, apabila nilai positif dan nilai lebih dari 0,3, maka data tersebut valid.

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item- Total correlation</i>	Keterangan
Harga	keterjangkauan harga	0,843	Valid
	Daya saing harga	0.805	Valid
	Kesesuaian harga	0,863	Valid
Promosi	Periklanan	0,850	Valid
	Penjualan pribadi	0,842	Valid
	Promosi penjualan	0,834	Valid
Volume penjualan	Harga jual	0,821	Valid
	Produk	0,822	Valid
	Mutu	0,794	Valid

##### b. Uji Realibilitas



Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's* dan diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach*. skala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
<b>Harga (X<sub>1</sub>)</b>	0,874	Sangat Reliabel
<b>Promosi (X<sub>2</sub>)</b>	0,880	Sangat Reliabel
<b>Volume penjualan (Y)</b>	0,860	Sangat Reliabel

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data yang dimiliki berdistribusi normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini metode

yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov. Data berdistribusi normal

a

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		harga	promosi	volume_penjualan
N		40	40	40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	19.60	19.43	19.60
	Std. Deviation	4.792	4.574	5.227
Most Extreme Differences	Absolute	.142	.163	.177
	Positive	.104	.086	.101
	Negative	-.142	-.163	-.177
Kolmogorov-Smirnov Z		.897	1.031	1.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.398	.238	.163

a. Test distribution is Normal.

nilai Sig. > 0,05.

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 18,0 2018

Dari hasil pengujian normalitas diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel harga sebesar 0,398. Nilai Sig.  $0,398 > 0,05$ , maka data variabel harga berdistribusi normal.
- b. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel promosi sebesar 0,238. Nilai Sig.  $0,238 > 0,05$ , maka data variabel promosi berdistribusi normal.

- c. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel volume penjualan sebesar 0,163. Nilai Sig.  $0,163 > 0,05$ , maka variabel volume penjualan berdistribusi normal.

### 3. Uji asumsi klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	Harga	.142	7.048
	Promosi	.142	7.048

a. Dependent Variable: volume\_penjualan

tolerance lebih dari 0,1, maka model terbebas dari multikolinearitas.

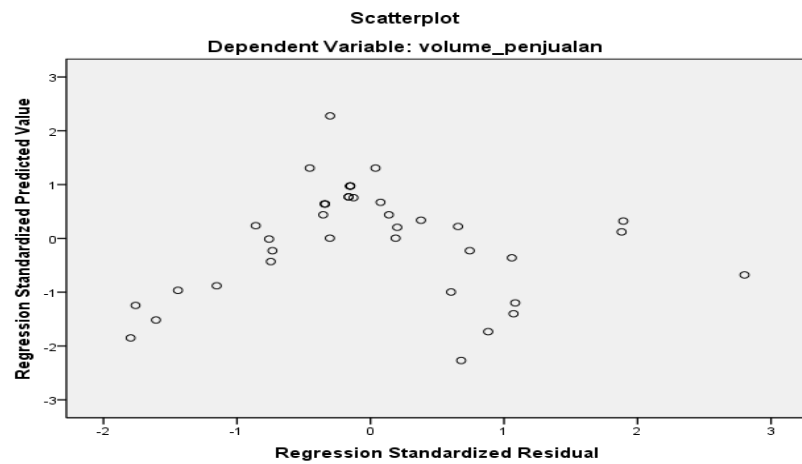
Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 18,0 2018

Dari hasil pengujian diatas,diketahui bahwa nilai *Tolerance* variabel harga  $0,142 > 0,1$ , nilai VIF sebesar  $7,048 < 10$ . Variabel promosi  $0,142 > 0,1$ , nilai VIF sebesar  $7,048 < 10$ . Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada masing-masing variabel.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual pada semua pengamatan di dalam model regresi. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot*. Tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

- 1) Penyebaran titik-titik sebaiknya tidak berpola,
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0,
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.



Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 18,0 2018

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (harga, dan promosi) terhadap variabel dependen (volume penjualan) dengan

m

e

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.913	1.424		-.641	.525
	Harga	.563	.180	.517	3.129	.003
	Promosi	.487	.189	.427	2.583	.014

a. Dependent Variable: volume\_penjualan

ε

gunakan uji regresi linear berganda sebagai berikut:

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 18.0, 2018

Berdasarkan hasil tabel di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = -913 + 0,487X_1 + 0,563X_2$$

Atau

$$\text{Volume penjualan} = -913 \text{ (konstanta)} + 0,487 \text{ (harga)} + 0,563 \text{ (promosi)}$$

Keterangan:

- a. Konstanta sebesar -913 artinya apabila harga dan promosi, dianggap konstan maka tingkat volume penjualan akan turun sebesar -913 satuan.
- b. Koefisien regresi X1 sebesar 0,487 artinya apabila harga naik sebesar satu satuan maka volume penjualan akan meningkat sebesar 0,487satuan.
- c. Koefisien regresi X2 sebesar 0,563 artinya apabila promosi naik sebesar satu satuan maka volume penjualan akan meningkat sebesar 0,563 satuan. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menandakan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Berdasarkan hasil uji regresi berganda di atas, menunjukkan arah hubungan yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen, karena semua koefisien regresi yaitu  $X_1$ , dan  $X_2$  memiliki tanda (+).

## 5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah analisis untuk mengetahui seberapa

b  
e  
s  
a  
r  
s  
u

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 <sup>a</sup>	.857	.849	2.030

a. Predictors: (Constant), promosi, harga

b. Dependent Variable: volume penjualan

mbangan atau kontribusi variabel harga dan promosi, terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati tulungagung

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji t (*t-test*)

Uji t (koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan, yaitu:

- 1)  $H_0$  diterima apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .
- 2)  $H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

Adapun prosedurnya sebagai berikut.

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam pengambilan keputusan ditentukan dengan cara jika,

- 1) N

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.913	1.424		-.641	.525
Harga	.563	.180	.517	3.129	.003
Promosi	.487	.189	.427	2.583	.014

a. Dependent Variable: volume penjualan

Sig.  $> \alpha(0,05)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

- 2) Nilai Sig.  $< \alpha(0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Berdasarkan variabel hasil uji t diatas dapat dirumuskan dan ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Rumusan masalah pertama dengan hipotesis, harga berpengaruh terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati. Dengan ketentuan:  
 $H_0$  : tidak terdapat pengaruh harga berpengaruh terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati



$H_1$  : terdapat pengaruh harga berpengaruh terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati

Nilai pada tabel di atas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,129 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003 Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% (0,05), nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$  yang berarti menerima  $H_1$  dan menolak  $H_0$ . Diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 2,026 jadi diperoleh  $t_{hitung} 3,129 > 2,026 t_{tabel}$ , yang berarti menerima  $H_1$  dan menolak  $H_0$ . Dengan demikian, maka terdapat pengaruh signifikan antaran harga berpengaruh terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati

Rumusan masalah kedua dengan hipotesis, promosi berpengaruh terhadap terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati

Dengan ketentuan:

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh promosi terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati.

$H_1$  : terdapat pengaruh promosi terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati

Nilai pada tabel diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,583 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,014. Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% (0,05), nilai sigifikansi

0,014 < 0,05 yang berarti menerima  $H_1$  dan menolak  $H_0$ .  
 Diketahui  $t_{tabel}$  2,026, jadi diperoleh  $t_{hitung}$  2,583 > 2,026  $t_{tabel}$   
 yang berarti menerima  $H_1$  dan menolak  $H_0$ . Dengan demikian,  
 maka terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap volume  
 penjualan di toko mebel kembang jati

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan, yaitu :

- 1)  $H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ .
- 2)  $H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

Adapun prosedurnya sebagai berikut.

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam pengambilan keputusan ditentukan dengan cara jika,

- 1) Nilai Sig. >  $\alpha(0,05)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- 2) Nilai Sig. <  $\alpha(0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

### Hasil Uji F

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	913.130	2	456.565	110.795	.000 <sup>a</sup>
	Residual	152.470	37	4.121		
	Total	1065.600	39			

a. Predictors: (Constant), promosi, harga

b. Dependent Variable: volume penjualan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 18.0, 2018

Berdasarkan hasil pengujian uji F diatas , dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 110,795 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% (0,05), nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Diketahui nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,25 jadi diperoleh  $F_{hitung} 110,795 > 3,25 F_{tabel}$ , yang berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Dengan demikian, maka terdapat pengaruh signifikan antara harga, dan promosi terhadap volume penjualan di toko mebel kembang jati