

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Penelitian**

##### 1) Sejarah Berdirinya Roti Monasque

Merupakan sebuah perusahaan perorangan yang didirikan pada awal tahun 2013 oleh bapak Sutadi yang terletak di Dusun Gilang Rt 01 Rw 06 Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dimana home industri ini bergerak pada bidang industri makanan yang memproduksi berbagai aneka roti. Awalnya bapak Sutadi hanya menjalankan usaha sendiri dan dibantu oleh rekan dan tetangganya yang hanya berjumlah 3 orang.

Dimana dalam proses produksi masih manual seperti proses pengemasan yang masih dislot dengan lilin dan proses oven yang masih menggunakan oven kecil namun sekarang sudah menggunakan alat modern yang sesuai standar produksi selain itu memerlukan bahan baku seperti tepung, minyak, margarin, ragi, coklat, dan perasa. Kegiatan pemasaran produksi masih disekitar wilayah Tulungagung melalui mulut ke mulut yang semakin dikenal oleh masyarakat serta menerima pesanan dalam jumlah dalam jumlah banyak maupun sedikit. Home industri roti Monasque memiliki varian rasa seperti rasa.

## 2) Produk

Produk yang ditawarkan oleh home industri roti monasqu ini adalah roti gembus dengan berbagai varian rasa coklat, strawberi, duren, moca.

## 3) Harga

Penetapan untuk setiap varian rasa di patok seharga Rp 1.000 per bungkusnya.

## 4) Promosi

Promosi yang dilakukan oleh home industri roti monasqu belum seberapa hanya melalui media internet.

## 5) Ditribusi

Hasil dari roti ini sebagian didistribusikan ke para distributor yang telah berkerjasama dengan home industri roti monasqu. Distributor berperan penting dalam proses pendistribusian, semakin banyak distributor secara langsung akan meningkatkan jumlah produksi roti ini serta penjualannya juga akan meningkat. Selain, itu usaha ini usaha ini juga melayani pembeli secara langsung ke pabrik.

## 6) Visi, Misi Dan Manfaat Industri Roti Monasque

### a. Visi

menyediakan produk roti yang berkualitas tinggi namun dengan harga terjangkau yang mampu bersaing dipasaran dan memberikan pelayanan baik kepada para konsemennya.

b. Misi

Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitarnya, memuakan konsumen dan maenjadikan usaha dikenal oleh masyarakat luas.

c. Manfaat

Dengan adanya home industri ini dapat memberikan manfaat di lingkungan tulungagung karena mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan mengurangi pengaguran.

7) Struktur Organisasi

- a. Pemilik : Bapak sutadi
- b. Bagian produksi : 1.Nur 2. Indah 3. Nurul 4. Rohman 5. Sri
- c. Bagian keuangan : Siti
- d. Bagian pengemasan : 1. Juleha 2. Warti 3. Robiyah 4. Sulikah 5. Narti  
6. Sutini 7. Murti 8. Likah 9. Suti 10. Suji

**B. Profil Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang diambil adalah 80 responden.

**C. Deskripsi Responden**

Dari data responden ini digunakan untuk menggambarkan keadaan responden dan juga sebagai tambahan informasi mengenai karakteristik responden yang diambil sebagai sampel.

## 1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin konsumen yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah ( Orang )	Persen (%)
Laki-Laki	35	43,75%
Perempuan	45	56,25%
Total	80	100

Sumber : Data Yang Diolah 2019

Dari tabel 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah kelamin responden yang diambil menunjukkan yang paling banyak adalah responden perempuan dengan jumlah 45 orang 56,25% sedangkan responden laki- laki berjumlah 35 orang atau 43,75 %

## 2. Umur Responden

Adapun data mengenai umur konsumen yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Umur Responden**

Umur Responden	Jumlah ( Orang)	Persen %
< 25	10	12,5%
26-35	25	31,25%
36-45	20	25%
46-55	15	18,75%
>55	10	12,5%
Total	80	100

Sumber : Data 2019

Dari Tabel 4.2 diatas konsumen yang berumur > 25 sebanyak 10 orang 12,5%, umur 26-35 tahun sebanyak 25 orang 31,25%, umur 36-45 tahun sebanyak 20 orang 25 % , umur 46-55 tahun sebanyak 15 orang 18,75% , >55 sebanyak 10 orang 12,5 %.

### 3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan konsumen yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Pendidikan Responden**

Pendidikan	Jumlah ( Orang )	Persen %
SD	5	6,25%
SMP/ MTS	35	43,75%
SMA/SMK	40	50 %
Total	80	100

Sumber : Data 2019

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang diambil sebagai sampel menunjukkan tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah pada tingkat SMP/MTS dengan jumlah responden 35 orang atau 43,75%. kemudian tingkat pendidikan SD berjumlah 5 orang atau 6,25%. tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 30 orang atau 37,5 %.

### D. Data Penyajian Hasil Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh marketing mix terhadap penjualan, peneliti menggunakan angket atau kuesioner yang telah disediakan kepada responden. angket yang akan digunakan oleh peneliti berupa pertanyaan-

pertanyaan yang disertai alternatif jawaban. berikut ini merupakan data hasil angket atau kuesioner mengenai pengaruh maketing mix produk, harga, tempat, promosi (X1) dan data penjualan (Y).

### 1. Variabel Produk ( X1)

Pada Variabel Produk, Ini Hasil Akumulais Jawaban Dari 80 Responden Sebagai Berikut :

**Tabel 4.4**  
**Pernyataan ( X.1.1) : menurut saya brand roti monasqu mempunyai citra baik di masyarakat**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	36	45 %	180
2	Setuju	4	40	50 %	160
3	Netral	3	2	2,5 %	6
4	Tidak Setuju	2	2	2,5 %	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80		348
Rata- Rata					4,3

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 40 ( 50%), sedangkan yang menilai nilai rendah tidak setuju, netral sebanyak 2 (2,5%). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika brand produk roti monasqu mempunyai citra yang baik di masyarakat.

**Tabel 4.5**  
**Pernyataan (X.1.2) : menurut saya kemasan produk rapi, aman, terlindungi**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	22	27,5 %	110
2	Setuju	4	51	63,7%	204
3	Netral	3	5	6,3 %	15
4	Tidak Setuju	2	2	2,5 %	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	333
Rata- Rata					4,2

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 51 ( 63,7%), sedangkan yang menilai nilai rendah tidak setuju sebanyak 2 (2,5%). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika kemasan roti monasqu rapi, aman, terlindungi.

**Tabel 4.6**  
**Pernyataan ( X1.3) menurut saya label kemasan menarik dan mudah Diingat.**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	27	30,8%	135
2	Setuju	4	40	50,0%	160
3	Netral	3	7	8,8%	21
4	Tidak Setuju	2	6	7,5%	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	328
Rata- Rata					4,1

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 40 ( 50%), sedangkan yang menilai nilai rendah tidak setuju sebanyak 6 (7,5%). Maka dapat diartikan responden

cenderung setuju jika label kemasan roti monasqu menarik dan mudah diingat.

**Tabel 4.7**

**Rata- Rata Pilihan Responden Variabel Produk ( X1)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Rata –rata skor</b>
Menurut saya brand roti monasqu mempunyai citra baik di masyarakat	348	4,3
Menurut saya kemasan roti monasqu rapi, aman, terlindungi.	333	4,2
Menurut saya label kemasan roti monasqu menarik dan mudah diingat.	325	4,1
Jumlah Nilai Skor	932	11.5
Rata-Rata Total Skor	9,32	1.15

Sumber: Pengolahan Data Primer 2019

Berdasarkan tabel 4.7 mengenai tanggapan responden tentang produk maka dapat diketahui bahawa total skor tertinggi pada pernyataan brand roti monasqu mempunyai citra baik di masyarakat ditentukan dengan total skor 348 atau dengan rata- rata skor 4,3 sedangkan total skor terendah pada pernyataan label kemasan roti monasqu menarik dan mudah total skor 325 atau dengan rata-rata skor 4,1 artinya responden setuju dengan brand roti monasqu mempunyai citra baik di masyarakat.

## **2. Variabel Harga (X2)**

Pada Variabel Produk, ini hasil akumulais jawaban dari 80 responden sebagai berikut.

**Tabel 4.8**  
**Pernyataan( X2.1 ) menurut saya harga yang diberikan dapat**  
**dijangkau oleh konsumen sesuai dengan kualitas**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	24	30 %	120
2	Setuju	4	23	28,7 %	92
3	Netral	3	19	23,8 %	57
4	Tidak Setuju	2	13	16,3 %	26
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3 %	1
Jumlah			80	100%	296
Rata- Rata					3,7

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 24 (630%), sedangkan yang menilai nilai rendah sangat tidak setuju sebanyak 1 (1,3 %). Maka dapat diartikan responden cenderung sangat setuju jika harga yang diberikan dapat dijangkau oleh konsumen sesuai dengan kualitas.

**Tabel 4.9**  
**Pernyataan (X2.2) menurut saya barang Pesanan Boleh**  
**Mendapatkan Periode Jangka Waktu Pembayaran**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	22	27,5%	110
2	Setuju	4	38	47,5%	152
3	Netral	3	12	15,0%	36
4	Tidak Setuju	2	7	8,8%	14
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3%	1
Jumlah			80	100%	313
Rata- Rata					3,9

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 38 (47,5%), sedangkan yang menilai nilai rendah sangat tidak setuju sebanyak 1 (1,3%). Maka dapat diartikan

responden cenderung setuju jika barang pesanan boleh mendapatkan periode jangka waktu pembayaran.

**Tabel 4.10**  
**Pernyataan X2.3 menurut saya pembelian dalam jumlah tertentu akan mendapatkan diskon**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	7	2,5%	30
2	Setuju	4	23	28,7%	80
3	Netral	3	20	25,0%	69
4	Tidak Setuju	2	8	10,0%	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,5%	2
Jumlah			80	100%	197
Rata- Rata					2,4

Sumber Data :Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 23 (28,7%), sedangkan yang menilai nilai rendah sangat tidak setuju sebanyak 2 (2,5 %). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika pembelian dalam jumlah tertentu akan mendapatkan diskon.

**Tabel 4.1**  
**Pernyataan X2.4 roti monasqu mempunyai beberap persyaratan yang dijangkau ketika konsumen mengajukan periode pembayaran**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	12	15%	60
2	Setuju	4	45	56,3%	180
3	Netral	3	18	22,5%	54
4	Tidak Setuju	2	3	3,8%	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	2	2,5%	2
Jumlah			80	100%	302
Rata- Rata					3,8

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 45 (56,3%), sedangkan yang menilai nilai rendah sangat tidak setuju sebanyak 2 (2,5%). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika saat pembelian dalam jumlah tertentu akan mendapatkan diskon.

**Tabel 4.12**  
**Rata- Rata Pilihan Responden Variabel Harga ( X2)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Rata –Rata Skor</b>
Menurut saya harga yang diberikan dapat dijangkau oleh konsumen sesuai dengan kualitas.	296	3,7
Menurut saya barang pesanan boleh mendapatkan periode jangka waktu pembayaran.	313	3,9
Menurut saya saat pembelian dalam jumlah tertentu akan mendapatkan diskon.	197	2,4
Roti monasqu mempunyai beberapa persyaratan yang dijangkau ketika konsumen mengajukan periode pembayaran.	302	3,8
jumlah nilai skor	1,108	13.8
rata-rata total skor	277	3,4

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Berdasarkan tabel 4,12 mengenai tanggapan responden tentang harga maka dapat diketahui bahawa total skor tertinggi pada pernyataan barang pesanan boleh mendapatkan periode jangka waktu pembayaran dengan total skor 313 atau dengan rata-rata skor 3,9. Sedangkan total terendah pada pernyataan saat pembelian dalam jumlah tertentu akan mendapatkan diskon dengan total skor 197 atau dengan rata-rata skor 2,4. Artinya para responden setuju dengan pesanan boleh mendapatkan periode jangka waktu pembayaran.

### 3. Variabel Tempat ( X3)

Pada Variabel Produk, hasil akumulais jawaban dari 80 Responden  
Sebagai Berikut :

**Tabel 4.13**  
**Pernyataan ( X3.1 ) saya membeli produk langsung toko/ pabrik**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	13	16,3%	65
2	Setuju	4	41	51,2%	164
3	Netral	3	19	23,8%	57
4	Tidak Setuju	2	7	8,8%	14
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	300
Rata- Rata					3,7

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 41 (51,2%), sedangkan yang menilai nilai rendah tidak setuju sebanyak 7 (8,8 %). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika membeli produk langsung toko/ pabrik

**Tabel 4.14**

**Pernyataan (X3.2) menurut saya home industri roti monasqu mudah dijangkau oleh kendaraan umum/pribadi**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	24	30%	120
2	Setuju	4	47	58,8%	188
3	Netral	3	8	10%	24
4	Tidak Setuju	2	1	1,3%	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	334
Rata- Rata					4,3

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.14 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 47(58,8%), sedangkan yang menilai nilai rendah netral sebanyak 1 (1,3%). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika home industri roti monasqu mudah dijangkau oleh kendaraan umum/pribadi.

**Tabel 4.15**

**Pernyataan ( X3.3 ) menurut saya penjualan home industri roti monasqu strategis atau dipusat kota**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	36	40%	180
2	Setuju	4	20	25%	80
3	Netral	3	24	30%	72
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	332
Rata- Rata					4,1

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 36 (40%), sedangkan yang menilai nilai rendah setuju sebanyak 20 (25%). Maka dapat diartikan responden cenderung sangat setuju jika penjualan roti monasqu strategis atau dipusat kota.

**Tabel 4.16**  
**Pernyataan( X3.4) penjualan roti monasqu termasuk tempat nyaman**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	28	35%	140
2	Setuju	4	42	52,5%	168
3	Netral	3	9	11,3%	27
4	Tidak Setuju	2	1	1,3%	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	337
Rata- Rata					4,2

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.16 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 42 (52,5%), sedangkan yang menilai nilai rendah netral sebanyak 1 (1,3 %). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika tempat/ pabrik termasuk tempat nyaman.

**Tabel 4.17**  
**Rata- Rata pilihan responden variabel tempat ( X3)**

Pernyataan	Total Skor	Rata –Rata Skor
Saya membeli produk langsung toko/ pabrik.	300	3,7
Menurut saya home industri mudah dijangkau oleh kendaraan umum/pribadi	334	4,3
Menurut saya penjualan roti monasqu strategis atau dipusat kota	332	4,1
Menurut saya penjualan Home industri roti monasqu termasuk tempat/ pabrik nyaman	337	4,2
Jumlah Nilai Skor	1,303	16,3
Rata-Rata Total Skor	325	4,0

Berdasarkan tabel 4.17 mengenai tanggapan responden tentang promosi maka dapat diketahui bahawa total skor tertiggi pada pernyataan tempat/ pabrik termasuk tempat nyaman dengan total skor 337 atau dengan rata-rat skor 4,2. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan membeli

produk langsung toko/ pabrik baik atau dengan rata-rata skor 300 atau dengan rata-rata skor 3,7. Artinya para responden setuju jika layak menjadi sponsorship dalam setiap event tertentu.

#### 4. Variabel Promosi ( X4)

**Tabel 4.18**  
**Pernyataan( X4.1) Karyawan mampu mempromosikan produk dengan baik**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	22	27,5%	110
2	Setuju	4	33	41,3%	132
3	Netral	3	22	27,5%	66
4	Tidak Setuju	2	2	2,5%	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3%	1
Jumlah			80	100%	313
Rata- Rata					3,9

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.18 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 33 (41,3%), sedangkan yang menilai nilai rendah sangat tidak setuju sebanyak 1 (1,3 %). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika karyawan mampu mempromosikan produk dengan baik.

**Tabel 4.19**  
**Pernyataan( X4.2) Tertarik membeli produk karena mendapat informasi dari orang lain**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	29	36,6%	145
2	Setuju	4	42	52,5%	168
3	Netral	3	9	11,3%	27
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	340
Rata- Rata					4,2

Dari tabel 4.19 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 42 (52,5%), sedangkan yang menilai nilai rendah netral sebanyak 9 (11,3%). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika mengetahui produk melalui iklan di media social atau media cetak .

**Tabel 4.20**  
**Pernyataan (X4.3) Mengetahui produk melalui iklan di media social atau media cetak.**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	19	23,8%	95
2	Setuju	4	45	56,3%	180
3	Netral	3	13	16,3%	39
4	Tidak Setuju	2	2	2,5%	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3%	1
Jumlah			80	100%	269
Rata- Rata					3,3

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.20 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 45 (56,3%), sedangkan yang menilai nilai rendah sangat tidak setuju sebanyak 1 (1,3%). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika tempat/ pabrik termasuk tempat nyaman.

**Tabel 4.21**  
**Pernyataan( X4.4) Layaak menjadi sponsorship dalam**  
**setiap event tertentu**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	22	27,5%	110
2	Setuju	4	44	55%	176
3	Netral	3	13	16,3%	39
4	Tidak Setuju	2	1	1,3%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	325
Rata- Rata					4,0

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.21 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 44 (55%), sedangkan yang menilai nilai rendah netral sebanyak 1 (1,3%). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika layaak menjadi sponsorship dalam setiap event tertentu.

**Tabel 4.22**  
**Rata- Rata pilihan responden variabel promosi ( X4)**

Pernyataan	Total Skor	Rata –Rata Skor
karyawan mampu mempromosikan produk dengan baik.	313	3,9
mengetahui produk melalui iklan di media social atau media cetak .	269	3,3
tertarik membeli produk karena mendapat informasi dari orang lain.	340	4,2
Roti monasqu layaak menjadi sponsorship dalam setiap event tertentu.	325	4,0
Jumlah Nilai Skor	1,247	15,4
Rata-Rata Total Skor	311,7	3,8

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Berdasarkan tabel 4.22 mengenai tanggapan responden tentang mengetahui produk karena mendapatkan informasi dari orang lain dengan

total skor 340 atau dengan rata-rata skor 4,2. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan mengetahui produk melalui iklan di media social atau media cetak . dengan total skor 269 atau dengan rata-rata skor 3,3. Artinya para responden setuju jika mengetahui produk karena mendapatkan informasi dari orang lain.

## 5. Variabel Penjulana ( Y)

**Tabel 4.23**  
**Pernyataan (Y.1) Karyawan memilikisifat sopan santun dalam melayani konsumen**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	24	30%	120
2	Setuju	4	46	57,5%	64
3	Netral	3	8	10%	24
4	Tidak Setuju	2	1	1,3%	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3%	1
Jumlah			80	100%	211
Rata- Rata					2,6

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.23 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 46 (57,5%), sedangkan yang menilai nilai rendah sangat tidak setuju sebanyak 1 (1,3%). maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika karyawan memilikisifat sopan santun dalam melayani konsumen.

**Tabel 4.24**  
**Pernyataan (Y.2) home industri mampu memproduksi roti sesuai**  
**permintaan konsumen/ pasar**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	28	35%	140
2	Setuju	4	39	48,8%	156
3	Netral	3	10	12,5%	30
4	Tidak Setuju	2	2	2,5%	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3%	1
Jumlah			80	100%	331
Rata- Rata					4,1

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.24 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 39 (48,8%), sedangkan yang menilai nilai rendah sangat tidak setuju sebanyak 1 (1,3%). Maka dapat diartikan responden cenderung setuju mampu memproduksi roti sesuai permintaan konsumen/ pasar.

**Tabel 4.25**  
**Pernyataan ( Y.3) home industri roti monasqu memberikan hadiah**  
**pada saat event-event tertentu**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	29	36,3%	145
2	Setuju	4	39	48,8%	156
3	Netral	3	9	11,3%	27
4	Tidak Setuju	2	3	3,8%	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	334
Rata- Rata					4,2

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.25 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 39 (48,8%), sedangkan yang menilai nilai rendah tidak setuju sebanyak 3 (3,8%). maka dapat diartikan

responden cenderung setuju jika memberikan hadiah pada saat event-event tertentu.

**Tabel 4.26**  
**Pernyataan ( Y.4 ) produk home industri roti monasqu mampu bersaing di pasar**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	17	21,3%	85
2	Setuju	4	45	56,3%	180
3	Netral	3	17	21,3%	51
4	Tidak Setuju	2	1	1,3%	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			80	100%	318
Rata- Rata					3,9

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Dari tabel 4.26 dapat disimpulkan bahwa 80 responden yang menilai nilai tertinggi setuju sebanyak 45 (56,3%), sedangkan yang menilai nilai rendah tidak setuju sebanyak 1 (1,3 %). maka dapat diartikan responden cenderung setuju jika mampu bersaing di pasar

**Tabel 4.26**  
**Rata- Rata Pilihan Responden Variabel Penjualan ( Y)**

Pernyataan	Total Skor	Rata –Rata Skor
karyawan memiliki sifat sopan santun dalam melayani konsumen.	211	2,6
Menurut saya home industri roti monasqu mampu memproduksi roti sesuai permintaan konsumen/ pasar.	331	4,1
Menurut saya home industri roti monasqu memberikan hadiah pada saat event-event tertentu.	334	4,2
Produk home industri roti monasqu mampu bersaaing dipasar.	318	3,9
Jumlah Nilai Skor	1,194	14,8
Rata-Rata Total Skor	298	3,7

Sumber Data : Pengolahan Data Primer 2019

Tabel 4.26 mengenai tanggapan responden tentang penjualan maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan memberikan hadiah pada saat event-event tertentu dengan total skor 334 atau dengan rata-rata skor 4,2. sedangkan total skor terendah pada pernyataan karyawan memiliki sifat sopan santun dalam melayani konsumen dengan total skor 211 atau dengan rata-rata skor 2,6. artinya responden setuju dengan pernyataan jika home industri memberikan hadiah pada saat event-event tertentu.

## **E. Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis**

### **1. Uji Validitas Dan Reabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur apa yang ingin diukur<sup>1</sup>. validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap instrumen benar- benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor. jika  $r_{hitung}$  jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> , Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*,.....Hlm. 55

<sup>2</sup> Ridwan Dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi Dan Bisnis*,(Bandung:Alfabeta,2010)Hlm,353

**Tabel 4.27**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	No. Item	Corrected Item Total	R Tabel	Keterangan
Produk( X1)	X1.1	0,850	0,185	Valid
	X1.2	0,875	0,185	Valid
	X1.3	0,812	0,185	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,742	0,185	Valid
	X2.2	0,826	0,185	Valid
	X2.3	0,861	0,185	Valid
	X3.4	0,505	0,185	Valid
Tempat (X3)	X3.2	0,811	0,185	Valid
	X3.2	0,853	0,185	Valid
	X3.3	0,765	0,185	Valid
	X3.4	0,620	0,185	Valid
Promosi (X4)	X4.1	0,675	0,185	Valid
	X4.2	0,795	0,185	Valid
	X4.3	0,682	0,185	Valid
	X4.4	0,783	0,185	Valid
Penjualan (Y)	Y1.1	0,722	0,185	Valid
	Y1.2	0,702	0,185	Valid
	Y1.3	0,626	0,185	Valid
	Y1.4	0,603	0,185	Valid

Sumber : Pengolahan Data Spss 2019

Berdasarkan tabel 4.27 diatas, seluruh item adalah valid karena corrected item-total correlation lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  dengan rumus  $(n-2) 80-2= 78$  sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  0,185 dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

#### **b. Reliabilitas**

Reliabilitas instrumen penelitian adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. untuk mencapai hal, tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha croncbach's* diukur berdasarkan skla *croncbach's* 0 samapai 1

**Tabel 4.28**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Standar Reliabilitas</b>	<b>Keterangan</b>
X1	0,842	<b>0,60</b>	Reliabel
X2	0,725	<b>0,60</b>	Reliabel
X3	0,802	<b>0,60</b>	Reliabel
X4	0,791	<b>0,60</b>	Reliabel
Y	0,733	<b>0,60</b>	Reliabel

Sumber: pengolahan data Spss 25

Dari hasil spss pada tabel 4.28 diatas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* untuk variabel produk sebesar 0,842 maka variabel produk dikatakan reliabel. nilai *cronbach's alpha* untuk variabel harga sebesar 0,725 maka variabel harga dikatan reliabel. nilai *cronbach's alpha* untuk variabel tempat sebesar 0,802 maka variabel tempat dapat dikatakan reliabel. nilai *cronbach's alpha* untuk variabel promosi sebesar 0,791 maka variabel promosi dapat dikatakan reliabel. nilai *cronbach's alpha* untuk variabel penjualan sebesar 0,733 maka variabel penjualan dapat dikatakan reliabel. jadi reliabel suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha* > dari 0,60 kuesioner dapat dikatakn reliabel jika mempunyai nilai koeffisien alpha lebih besar dari 0,60.

## 2. Asumsi Klasik

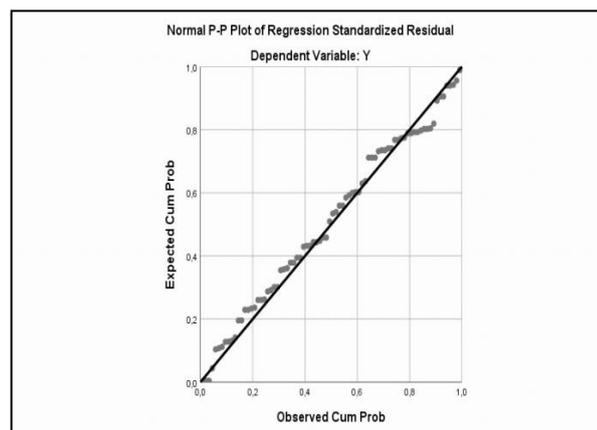
### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. dapat diketahui dengan melihat hasil pengujian output spss pada grafik p-p plots dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal menunjukkan data tidak berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.29**

**Grafik P-P Plot**



Sumber: Hasil Pengelolaan Spss 25

Kesimpulan dari gambar diatas adalah titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa memenuhi

syarat normalitas.pendeteksi normalitas data apakah terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji *kolmogrov-smirnov*, untuk kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan kolmogrov-smirnov adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Sign. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  distribusi adalah tidak normal
- a. Nilai Sign. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$  distribusi adalah normal.

Hasil Pengujian Dengan Menggunakan Kolmogrov-Smirnov Dapat Dilihat Pada Tabel Dibawah Ini:

**Tabel 4.30**  
**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,B</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,57598021
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,077
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-Tailed)		,200 <sup>c,D</sup>
A. Test Distribution Is Normal.		
B. Calculated From Data.		

Sumber : Hasil Pengolahan Spss 25

Berdasarkan tabel 4.12 one-sample kolmogorov-smirnov test dapat diketahui bahwa nilai asymp. sig ( 2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 . maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan

dalam uji normalitas one-sample kolmogrov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dengan model regresi sudah terpenuhi.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineaites digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas. model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya. dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor (vif)* yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai *vif* yang lebih besar dari pada nilai 10.

**Tabel 4.31**

#### Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	Vif
1	Constant	2,914	1,788		1,630	,107		
	Produk	,418	,114	,352	3,678	,000	,674	1,484
	Harga	,241	,078	,317	3,108	,003	,592	1,690
	Tempat	,239	,111	,212	2,142	,035	,630	1,558
	Promosi	,035	,089	,038	,441	,660	,833	1,201

A. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Pengolahan Spss 25

Berdasarkan Tabel Diatas Diketahui Bahwa Nil Vif Adalah :

- a. Nilai Tolerance  $0.674 > 0,1$  Serta Nilai Vif 1,484
- b. Nilai Tolerance  $0.592 > 0,1$  Serta Nilai Vif 1,690
- c. Nilai Tolerance  $0.630 > 0,1$  Serta Nilai Vif 1,558
- d. Nilai Tolerance  $0.833 > 0,1$  Serta Nilai Vif 1,201

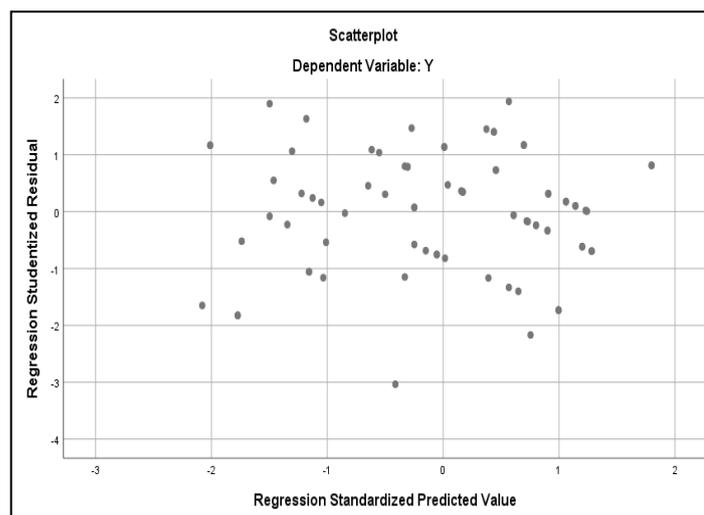
Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tidak terdapat masalah multikolinieritas karena hasilnya lebih kecil dari 10.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual.

**Gambar 4.31**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Pengolahan Data Spss 25

Dari hasil output scatterplot diatas diperoleh titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan tidak mempunyai pola tertentu yang teratur, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Regresi Linear Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (stimulan) antara variabel bebas (produk, harga, promosi dan tempat) dengan variabel terikat ( penjualan). secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat tabel dibawah.

**Tabel 4.32**  
**Hasil Uji Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,914	1,788		1,630	,107
	Produk	,418	,114	,352	3,678	,000
	Harga	,241	,078	,317	3,108	,003
	Tempat	,239	,111	,212	2,142	,035
	Promosi	,039	,089	,038	,441	,660
A. Dependent Variable: Penjualan						

Sumber data : pengolahan SPSS 25

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2,914 + 0,418 (\text{Produk } X1) + 0,241 (\text{Harga } X2) + 0,239 (\text{tempat } X3) + 0,039 (\text{promosi } X4).$$

Penjelasan hasil regresi linear berganda pada tabel 4.34 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta Sebesar 2,914

Nilai  $a = 2,914$  dapat dikatakan apabila nilai  $X1 = 0$  nilai  $X2 = 0$  maka dapat dikatakan sebagai berikut : “artinya apabila produk, harga, promosi, dan tempat 0, maka penjualan (Y) meningkat sebesar 2,914 %.”

2. Nilai  $B1 = 0,418$

Menyatakan bahwa nilai variabel produk ( $X1$ ) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut: “bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 produk, maka penjualan meningkat sebesar 0,418, sebaliknya jika produk mengalami penurunan sebesar 1 maka penjualan akan menurun sebesar -0,418 atau 4,18 %”

3. Nilai  $B2 = 0,241$

Menyatakan bahwa nilai variabel harga ( $X2$ ) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut: “bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 harga, maka penjualan meningkat sebesar 0,241, sebaliknya jika harga mengalami penurunan sebesar 1 maka penjualan akan menurun sebesar -0,241 atau 24,1 %”.

4. Nilai  $B3 = 0,239$

Menyatakan bahwa nilai variabel tempat (X3) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut: “bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 tempat, maka penjualan meningkat sebesar 0,239, sebaliknya jika tempat mengalami penurunan sebesar 1 maka penjualan akan menurun sebesar -0,239 atau 23,9 %”.

5. Nilai B4 =0,039

Menyatakan bahwa nilai variabel promosi (X4) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut: “bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 promosi, maka penjualan meningkat sebesar 0,039, sebaliknya jika upah mengalami penurunan sebesar 1 maka penjualan akan menurun sebesar 0,039 atau 39,%”.

Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen ( x ) dengan variabel dependen ( y )

#### 4. Koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi (R) dilakukan untuk mengetahui produk (X1), harga (X2), Tempat (X3) dan promosi (X4) Terhadap penjualan (Y). Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai 1, dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka mengetahui produk (X1), harga (X2), Tempat (X3) dan promosi (X4) Terhadap penjualan (Y) semakin kuat. Begitup sebaliknya jika mendekati 0 nilai koefisien determinasi maka mengetahui produk (X1),

harga (X2), Tempat ( X3) dan promosi (X4) Terhadap penjualan (Y) semakin lemah.

**Tabel 4.33**  
**Hasil Koefisien determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,733 <sup>a</sup>	,539	,512	1,579
a. Predictors: (Constant), Promosi, Tempat, Produk, Harga				

Sumber data: pengolahan spss 25

Dari tabel 4.33 dapat diketahui adjust R square sebesar 0,512 bahwa variabel produk, harga, tempat, promosi secara bersama-sama mempengaruhi peningkatan jumlah penjualan sebesar 51,2% sedangkan sebesar ( 100% - 51,2% = 48,8%) dipengaruhi oleh sebab – sebab lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## 5. Uji Hipotesis

### 1. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji apakah pertanyaan dalam hipotesis itu benar. uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. pada tingkat signifikan  $\alpha = 5 \%$  adapun prosedurnya sebagai berikut :

- a.  $H_0$  = Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat

- b.  $H_1$  = Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.34**

**Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,914	1,788		1,630	,107
	Produk	,418	,114	,352	3,678	,000
	Harga	,241	,078	,317	3,108	,003
	Tempat	,239	,111	,212	2,142	,035
	Promosi	,039	,089	,038	,441	,660

A. Dependent Variable: Penjualan

Sumber Data : pengolahan Spss 25

Pada nilai T tabel dengan signifikan  $df = n - k - 1$  diperoleh  $80 - 4 - 1 = 75$  diperoleh T tabel sebesar 1,66 Dimana N= Jumlah Responden, K = Jumlah Variabel Dependent.

- a. Pengaruh Produk (X1) Terhadap Penjualan ( Y )

$H_0$  = Tidak Ada Pengaruh Signifikan Antara Produk terhadap Penjualan Pada Home Industri Roti Monasqu di desa gilang kec Ngununut Kab. Tulungagung

$H_1$ =Ada Pengaruh Signifikan Antara Produk Terhadap Penjualan Pada Home Industri Roti monasqu di desa gilang kecamatan ngununut kabupaten tulungagung

Berdasarkan hasil regresi secara parsial di dapat nilai produk = T hitung  $3,678 > T$  tabel 1,66, maka berpengaruh dan memiliki

hubungan positif terhadap penjualan, dan nilai signifikan produk =  $0,000 < 0,05$  maka signifikan terhadap penjualan.

b. Pengaruh Harga ( X2) Terhadap Penjualan (Y)

H0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara harga terhadap penjualan pada home home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngununut kabupaten tulungagung

H1 = Ada pengaruh signifikan harga terhadap penjualan pada home home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngununut kabupaten tulungagung.

Berdasarkan hasil regresi secara parsial di dapat nilai produk = T hitung  $3,108 > T$  tabel  $1,66$ , maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap penjualan, dan nilai signifikan produk =  $0,003 < 0,05$  maka signifikan terhadap penjualan

c. Pengaruh Tempat ( X3) Terhadap Penjualan.

H0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara tempat terhadap penjualan pada home home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngununut kabupaten Tulungagung.

H1 = Ada pengaruh signifikan tempat terhadap penjuaaalan home home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung

Berdasarkan hasil regresi secara parsial di dapat nilai produk = T hitung  $2,142 > T$  tabel  $1,66$ , maka tidak ada berpengaruh dan

memiliki hubungan negatif terhadap penjualan, dan nilai signifikan produk =  $0,035 < 0,05$  maka tidak signifikan terhadap penjualan.

d. Pengaruh promosi ( X4) Terhadap Penjualan

H0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap jualan roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungang.

H1 = Ada pengaruh signifikan promosi terhadap penjuaaan pada home home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan .ngunut kabupaten tulungagung.

Berdasarkan hasil regresi secara parsial di dapat nilai t tabel 1,66. produk = T hitung 441 < T tabel 1,66, maka tidak ada berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap penjualan, dan nilai signifikan produk =  $0,66 > 0,05$  maka tidak signifikan terhadap penjualan.

## 2. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas ( X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

H<sub>0</sub> = Tidak ada pengaruh yang signifiakan anantara variabel independen ( X1,X2,X3,X4) terhadap variabel terikat (Y)

H<sub>a</sub> = Ada pengaruh yang signifiakan anantara variabel independen ( X1,X2,X3,X4) terhadap variabel terikat (Y).

Pengambilan Keputusan Dengan Cara Sebagai Berikut:

- a. Jika Nilai Sig > 0,05 maka menerima Ho dan Menolak Ha.
- b. Jika Nilai Sig < 0,05 maka menolak Ho dan Menrima Ha.

Tabel 4.35

## Hasil uji f

Anova <sup>a</sup>						
Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216,841	4	54,210	21,747	,000 <sup>b</sup>
	Residual	186,959	75	2,493		
	Total	403,800	79			
A. Dependent Variable: Penjualan						
B. Predictors: (Constant), Tempat, Produk, Promosi, Harga						

Sumber: pengolahan Spss 25

Berdasarkan Hasil Uji f diatas maka dapat diketahui bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 21,747 dengan nilai signifikansi 0,00 dengan mengubag nilai signifikasni 0,05 dengan (5%), maka nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  yang berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dimana  $F_{tabel} = 2,49$ , diperoleh dengan rumus  $F_{tabel} = n-k-1 = 80-4-1=75$ . Dimana  $N$ = jumlah responden,  $K$  = jumlah variabel dependent. untuk  $F_{hitung} 21,747 > F_{tabel} 2,49$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara produk, harga,tempat,promosi terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kec ngunut kab.tulungagung.