

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebar angket yang diajukan kepada konsumen roti monasqu di Desa Gilang Kec Ngunut Kab Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh responden. Dalam penelitian hasil angket tersebut peneliti menggunakan SPSS 25, maka tujuan yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah untuk menjelaskan.

A. Pengaruh produk terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung

Pada bab sebelumnya yang membahas mengenai analisis data dengan menggunakan program spss 25. hasil uji validitas dan reliabilitas pada tabel *corrected item total corelation* dan *cronbach's alpha* implikasi teruji valid dan reliabel. dalam tabel *one sample kolomgrov-smnirov test* diperoleh data produk berdistribusi normal. pada uji multikolinieritas diketahui nilai *variance inflation factor* (VIF) data produk terbebas dari multikolinieritas dan pada gambar gambar uji heteroskedastistas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung yang dapat dilihat dari tabel *coefficient* bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ $3,678 > 1,66$ maka dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a .

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian mendukung penelitian sebelumnya djamaluddin karim, jantje l. sepang dan bode dengan judul pengaruh marketing mix terhadap volume penjualan pada PT manado sejahtera perkasa group. hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa melalui variabel produk secara parsial dapat berpengaruh terhadap penjualan, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil thitung lebih besar dari T tabel dan melauai uji F diketahui bahwa F hitung lebih besar dari F tabel.¹

Berdasarkan penelitian ini diperoleh hasil sesuai dengan teori menurut philip kolter, produk adalah kombinasi “barang dan jasa” yang perusahaan tawarkan pada pasar sasaran.² Pembeli membeli produk jika merasa cocok karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli agar pemasarn produk berhasil. Dengan kata lain pembuatan produk harus diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Pada home industri monasqu di desa gilang ini menawarkan berbagai varian rasa produk seperti rasa coklat, strowberi, duren, mocca untuk menarik selera konsumen sehingga hal tersebut dapat mempenagruhi penjualan yang diperoleh.

¹ Djamaluddin Karim,, dkk, *Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan PadaPt. Manado Sejati Perkasa Group*, Jurnal EMBA, Vol.2 No.1 Maret 2014, Hal. 421-430

² Philip Kolter, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*,(Jakarta: Intermedia,1978),Hlm 64

B. Pengaruh harga terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung.

Pada bab sebelumnya yang membahas mengenai analisis data dengan menggunakan program spss 25. hasil uji validitas dan reliabilitas pada tabel *corrected item total corelation* dan *cronbach's alpha* implikasi teruji valid dan reliabel. dalam tabel *one sample kolomgrov-smnirov test* diperoleh data produk berdistribusi normal. pada uji multikolinieritas diketahui nilai *variance inflation factor* (vif) data produk terbebas dari multikolinieritas dan pada gambar gambar uji heteroskedastitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kec. ngunut kab. tulungagung yang dapat dilihat dari tabel *coefficient* bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ $3,108 > 1,66$ maka dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian mendukung penelitian sebelumnya dina Fitriyono dengan judul pengaruh harga terhadap peningkatan volume penjualan.³ Menurut philip kolter harga merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan produk tertentu.⁴ harga di home industri roti monasqu di desa gilang ini relatif murah dan bisa dijangkau oleh masyarakat konsumen.

³ Dina Fitriyono, *Analisis Pengaruh Pemasaran Terhadap Penjualan Produk. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, vol 3, no. 11, 2014

⁴ Philip Kolter, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta:Intermedia,1987),Hlm 64

C. Pengaru tempat terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung

Pada bab sebelumnya yang membahas mengenai analisis data dengan menggunakan program spss 25. hasil uji validitas dan reliabilitas pada tabel *corrected item total corelation* dan *cronbach's alpha* implikasi teruji valid dan reliabel. dalam tabel *one sample kolomgrov-smnirov test* diperoleh data produk berdistribusi normal. pada uji multikolinieritas diketahui nilai *variance inflation factor* (vif) data produk terbebas dari multikolinieritas dan pada gambar gambar uji heteroskedastitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kec. ngunut kab. tulungagung yang dapat dilihat dari tabel *coefficient* bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ $2,142 > 1,66$.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang mendukung penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh djamaludin karim, jantje L, sepang dan bode lumanauw.⁵ Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh produk, harga,tempat,promosi secara stimulan dan parsial terhadap penjualan pada PT manado sejati perkasa group. hasil penelitiannya produk, promosi, tempat. secara stimulan dan parsial berpengaruh terhadap volume penjualan hasil uji menunjukkan tempat merupakan variabel yang dominan dalam penelitian ini.

⁵Djamaludin Karim, Jantje L, Sepang Dan Bode Lumanauw .*Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Manado Sejati Perkasa Group*, Jurnal Emba, Vol 2 No 1 Maret 2014, Hal 421-430, 2014

Menurut Philip Kotler tempat menunjukan berbagai kegiatan yang dilakukn oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia langsung bagi konsumen sasaran.⁶ Penentuan tempat (place) yang mudah terjangkau dan terlihat akan memudahkan bagi konsumen untuk mengetahui, mengamati dan memahami dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan jadi dapat disimpulkan bahwa tempat yang disediakan home industri roti monasqu mudah dijangkau oleh masyarakat.

D. Pengaruh promosi terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung.

Pada bab sebelumnya yang membahas mengenai analisis data dengan menggunakan program spss 25. hasil uji validitas dan reliabilitas pada tabel *corrected item total correlation* dan *cronbach's alpha* implikasi teruji valid dan reliabel. dalam tabel *one sample kolomgrov-smnirov test* diperoleh data produk berdistribusi normal. pada uji multikolinieritas diketahui nilai *variance inflation factor* (vif) data produk terbebas dari multikolinieritas dan pada gambar uji heteroskedastitas.

Hasil penelitian menunjukan bahwa promosi berpengaruh tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kec. ngunut kab. tulungagung yang dapat dilihat dari tabel *coefficient* bahwa nilai $T_{hitung} < T_{tabel} 441 < 1,66$

⁶ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*,(Jakarta:Intermedia,1987),Hlm 64

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang mendukung penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan Gerald Tambajong.⁷ penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh produk, harga, tempat, promosi. terhadap penjualan pada penjualan sepeda motor yamaha di PT Sarana Niaga Megah Kerta Manado. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bauran pemasaran dalam hal ini variabel produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sedangkan variabel tempat dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor.

Menurut Philip Kotler promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran (target consumers) agar membelinya.⁸ jika kita lihat kembali promosi pada home industri roti monasqu hanya sebatas media sosial, jarang mengikuti event-event tertentu, tidak ada spanduk. hal ini yang menyebabkan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan.

⁷ Gerald Tambajong, *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di Pt Sarana Niaga Megahkerta Manado*, Jurnal EMBA, Vol.1 , N0.3, September

⁸ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran* Jilid 1, (Jakarta:Intermedia,1987),Hlm 64-65

E. Pengaruh marketing mix terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung

Hipotesis menyatakan ada pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi terhadap penjualan pada home industri roti monasqu di desa gilang kecamatan ngunut kabupaten tulungagung. Ditunjukkan oleh nilai f hitung sebesar 21,74 serta signifikansi 0,000 yang menunjukkan hasil signifikan lebih kecil dari alpha 0,05. jadi secara stimulan terdapat pengaruh yang signifikan antara produk, harga, tempat, dan promosi terhadap penjualan di desa gilang kec.ngunut kab.tulungagung.