

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti setelah melakukan penelitian secara langsung di home industry Beruang Mas Tulungagung dengan menyebarkan kuesioner atau angket yang ditujukan kepada pemilik dan seluruh karyawan yang ada di home industry Beruang Mas Tulungagung. Peneliti disini akan mengolah hasil jawaban responden dari angket atau kuesioner yang telah disebarakan kepada responden, pengolahan data ini dibantu dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 24.0. Hasil dari pengujian koefisien dari analisis dengan menggunakan regresi linier berganda, menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik itu berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap volume penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

Hasil penelitian koefisien dari analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan home industry Beruang Mas Tulungagung. Berdasarkan dari analisis yang dilakukan, pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut:

A. Pengaruh *Product* (produk) terhadap Volume Penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel produk berpengaruh dan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung,

yang berarti dapat dinyatakan H_0 ditolak H_a diterima, hal ini dapat dilihat dalam strategi pemasarannya yang berkaitan dengan produk bahwa Home Industry Beruang Mas Tulungagung ini sangat memperhatikan mengenai bagaimana kualitas produk yang dihasilkan yakni meliputi penggunaan bahan baku yang berkualitas sehingga dapat menghasilkan produk yang bagus, selain itu juga Home Industry ini dalam proses produksi juga memperhatikan beragam jenis bentuk produk dan berbagai ukuran, desain yang menarik dan berkualitas, produk dengan berbagai fitur menarik, dan penggunaan nama simbol serta kemasan yang dapat menarik pembeli, sehingga dengan strategi yang digunakan oleh Home Industry ini akan dapat meningkatkan volume penjualan yang dilakukan.

Kotler dan Keller menyatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.¹⁴⁷ Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abdul Halim, Karnadi¹⁴⁸ dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan Kerupuk pada UD. Subandi Rogojampi Banyuwangi”. Hasil dari penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel bauran pemasaran produk yang dilakukan oleh UD. Subandi Rogojampi Banyuwangi memiliki angka yang signifikan terhadap tingkat penjualan yang dilakukan, hal ini dapat dilihat dari hasil uji regresi linier

¹⁴⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 04

¹⁴⁸ Abdul Halim, Karnadi, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan Kerupuk pada UD. Subandi Rogojampi Banyuwangi*, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Abdurchman Saleh (UNARS).

berganda, yang pada hasil dari uji hipotesis nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} .

Penelitian lain juga dilakukan oleh Frendy O. Moku dan Altje Tumbel¹⁴⁹ dalam jurnalnya yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV.Minahasa Mantap Perkasa*” Hasil dari penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel produk memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan yang dilakukan.

B. Pengaruh *Price* (harga) terhadap Volume Penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel harga berpengaruh dan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung, yang berarti dapat dinyatakan H_0 ditolak H_a diterima, hal ini dapat dilihat dalam strategi pemasarannya yang berkaitan dengan harga bahwa Home Industry Beruang Mas Tulungagung dalam menetapkan harga berusaha memberikan harga yang sesuai dengan keinginan harga pasar akan tetapi tetap memperhatikan kualitas dari produk yang diproduksi sehingga dengan hal ini dapat memperbanyak penjualan produk yang dilakukan, selain itu juga Home Industry ini juga memberikan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen dan juga memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak.

¹⁴⁹ Frendy O. Moku dan Altje Tumbel, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa*, Jurnal EMBA Vol.3 No.1 Maret 2015, hal. 254-265.

Kotler dan Keller menyatakan bahwa harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan oleh konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya atas penggunaan suatu barang atau jasa.¹⁵⁰ Harga ialah salah satu faktor dalam bauran pemasaran dan sebagai ranah dalam menentukan pemasaran yang nantinya akan dialokasikan oleh perusahaan. Harga dalam hal ini merupakan unsur yang dapat digunakan sebagai pemasukan perusahaan, sehingga dalam hal ini penetapan harga menjadi sangat penting dikarenakan harga merupakan penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan.

Terkait dengan penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nuri Arisa dalam penelitian yang berjudul “*pengaruh bauran pemasaran terhadap tingkat penjualan dalam persepektif etika bisnis islam*” Hasil dari penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.¹⁵¹

C. Pengaruh *Place* (tempat) terhadap Volume Penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel tempat berpengaruh dan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung, yang berarti dapat dinyatakan H_0 ditolak H_a diterima, hal ini dapat dilihat

¹⁵⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 68

¹⁵¹ Nuri Arisa, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan dalam Persepektif Etika Bisnis Islam*, IAIN Raden Intan Lampung, 2017.

dalam strategi pemasarannya yang berkaitan dengan tempat bahwa Home Industry Beruang Mas Tulungagung ini variabel pemilihan tempat dalam hal ini sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan yang ada di home industry Beruang Mas Tulungagung dikarenakan pemilihan tempat yang strategis dan tepat dan dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen sehingga dapat berpengaruh dalam meningkatkan tingkat penjualan yang dilakukan.

Kotler dan Keller menyatakan bahwa tempat adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan.¹⁵² Terkait dengan penelitian ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuri Arisa dalam penelitian yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan dalam Persepektif Etika Bisnis Islam*” Hasil dari penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel tempat atau saluran distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.¹⁵³

D. Pengaruh *Promotion* (promosi) terhadap Volume Penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel promosi berpengaruh dan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung, yang berarti dapat dinyatakan H_0 ditolak H_a diterima, hal ini dapat dilihat

¹⁵² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 93

¹⁵³ Nuri Arisa, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan dalam Persepektif Etika Bisnis Islam*, IAIN Raden Intan Lampung, 2017.

dalam strategi pemasarannya yang berkaitan dengan promosi bahwa Home Industry Beruang Mas Tulungagung ini berupaya untuk melakukan promosi dengan melakukan periklanan selain itu juga dalam hal ini home industry Beruang Mas Tulungagung harus berupaya memperkerjakan, melatih sekaligus memotivasi pegawainya dengan baik dan benar sehingga dengan memaksimalkan proses kegiatan promosi yang dilakukan dapat meningkatkan jumlah penjualan yang dilakukan.

Promosi dapat dikatakan sebagai berbagai dari kegiatan perusahaan dalam mempromosikan produk yang ditawarkan produknya.¹⁵⁴ Terkait dengan penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Selma Indriyani dengan penelitian yang berjudul “*Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Plastik terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus PT.Mitraya Plasindo Sejati Surabaya)*”. Hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel promosi yang dilakukan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan yang dilakukan.¹⁵⁵

E. Pengaruh *People* (SDM) terhadap Volume Penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel SDM berpengaruh dan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung, yang berarti dapat dinyatakan H_0 ditolak H_a diterima, hal ini dapat dilihat

¹⁵⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 219

¹⁵⁵ Selma Indriyani, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Plastik Terhadap Volume Penjualan*, Universitas Diponegoro Semarang, 2002.

dalam strategi pemasarannya yang berkaitan dengan SDM bahwa Home Industry Beruang Mas Tulungagung ini dalam meningkatkan volume penjualannya juga memperhatikan bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan, dalam hal ini juga home industry Beruang Mas Tulungagung dalam menjalankan sebuah usaha diperlukan karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi, agar pekerjaan yang sudah diberikan sesuai dengan keahlian karyawan sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan dapat memberikan hasil yang maksimal bagi home industry.

Orang dapat dikatakan sebagai semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian produk atau jasa.¹⁵⁶ Terkait dengan penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurlisah dalam penelitian yang berjudul "*Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan Lipaq Saqbe Mandar pada Malolo Groub Kabupaten Polewali Mandar dalam Persepektif Ekonomi Islam*". Hasil dari penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel orang atau SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan pada Malolo Groub Kabupaten Polewali Mandar.¹⁵⁷

¹⁵⁶ Ratih Hururiyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*,(Jakarta: CV Alvabeta,2010), hal. 62

¹⁵⁷ Nurlisah, *Skripsi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Lipaq Saqbe Mandar Pada Malolo Group Kabupaten Polewali Mandar Dalam Persepektif Ekonomi Islam*, (Universitas Alauddin Makasar, 2018)

F. Pengaruh *Process* (proses) terhadap Volume Penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel proses berpengaruh dan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung, yang berarti dapat dinyatakan H_0 ditolak H_a diterima, hal ini dapat dilihat dalam strategi pemasarannya yang berkaitan dengan proses bahwa Home Industry Beruang Mas Tulungagung ini dalam hal ini proses mencakup bagaimana cara home industry Beruang Mas Tulungagung melayani setiap permintaan pelanggannya. Home Industry Beruang Mas Tulungagung dalam melaksanakan proses pelayanannya dapat dikatakan cukup baik, dan memiliki karyawan yang cekatan dalam melayani konsumen.

Proses menyangkut kegiatan menggerakkan aktivitas perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan.¹⁵⁸ Proses disini mencerminkan bagaimana semua elemen dari bauran pemasaran itu dapat dikoordinasikan untuk dapat menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada pelanggan. Terkait dengan penelitian ini didukung juga dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dwi Sapto Yudiyanto dengan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Sepeda Motor Suzuki (Studi Kasus pada PT.Sumber Baru Jaya Gemilang Kabupaten Boyolali)*”

¹⁵⁸ Didin Fatihudin & Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal.180

dalam penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan yang dilakukan.¹⁵⁹

G. Pengaruh *Physical Evidence* (bukti fisik) terhadap Volume Penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjelaskan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh dan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung, yang berarti dapat dinyatakan H_0 ditolak H_a diterima, hal ini dapat dilihat dalam strategi pemasarannya yang berkaitan dengan bukti fisik bahwa Home Industry Beruang Mas Tulungagung ini memiliki tata letak yang baik dalam menempatkan produk yang diproduksi selain itu juga memiliki fasilitas yang memadai yang mendukung proses kegiatan produksi barang dan proses penjualan yang dilakukan.

Bukti fisik merupakan lingkungan warna, tata letak, dan fasilitas tambahan yang terkait dengan tampilan sebuah produk atau jasa yang ditawarkan.¹⁶⁰ Terkait dengan penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dwi Sapto Yudiyanto dengan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Sepeda Motor Suzuki (Studi Kasus pada PT.Sumber Baru Jaya Gemilang Kabupaten Boyolali)*”

¹⁵⁹ Dwi Sapto Yudiyanto, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Sepeda Motor Suzuki (Studi Kasus pada PT.Sumber Baru Jaya Gemilang Kabupaten Boyolali)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016.

¹⁶⁰ Didin Fatihudin & Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 191

dalam penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan yang dilakukan.¹⁶¹

H. Pengaruh Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi), People (orang atau SDM), Process (proses) dan Physical Evidence (bukti fisik) terhadap Volume Penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjelaskan bahwa dalam strategi pemasarannya yang berkaitan dengan product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), people (orang atau sdm), process (proses) dan physical evidence (bukti fisik) yang ada di Home Industry Beruang Mas Tulungagung ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya dapat dikatakan bahwa product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), people (orang atau sdm), process (proses) dan physical evidence (bukti fisik) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung secara simultan (bersama-sama).

Hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa tingkat penjualan yang dilakukan oleh home industry Beruang Mas Tulungagung (Y) tergantung pada bauran pemasaran yang dilakukan seperti product (produk) X_1 , price (harga) X_2 , place (tempat) X_3 , promotion (promosi) X_4 , people (orang atau sdm) X_5 , process (proses) X_6 dan physical evidence (bukti fisik) X_7 . Hal ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran seperti product (produk) X_1 , price

¹⁶¹ Dwi Spto Yudiyanto, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Sepeda Motor Suzuki (Studi Kasus pada PT.Sumber Baru Jaya Gemilang Kabupaten Boyolali)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016.

(harga) X₂, place (tempat) X₃, promotion (promosi) X₄, people (orang atau sdm) X₅, process (proses) X₆ dan physical evidence (bukti fisik) X₇ harus dipertahankan dan diperbaiki guna terus meningkatkan penjualan yang dilakukan home industry Beruang Mas Tulungagung.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Sapto Yudiyanto dengan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Sepeda Motor Suzuki (Studi Kasus pada PT.Sumber Baru Jaya Gemilang Kabupaten Boyolali)*” dalam penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan yang dilakukan.¹⁶²

¹⁶² Dwi Sapto Yudiyanto, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Sepeda Motor Suzuki (Studi Kasus pada PT.Sumber Baru Jaya Gemilang Kabupaten Boyolali)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016.