

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Barokah Jaya Grosir Tulungagung merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang perdagangan grosir yang menjual berbagai macam sandal, sepatu, dan kaos kaki yang tersedia mulai dari anak-anak hingga dewasa dengan berbagai model dan ukuran. Usaha ini didirikan oleh Bapak H. Maryono selaku pemilik toko pada tahun 1985 yang terletak di pertokoan pasar wage No. B120, Jl. W.R. Supratman, Kenayan, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung

Berdirinya Barokah Jaya Grosir Tulungagung pada tahun 1982 diawali dengan Bapak Maryono yang menjadi seorang pedagang kecil yang pada saat itu hanya menjual sandal jepit dengan jumlah yang tidak banyak. Lokasi untuk berdagang sandal jepit ini cukup strategis berada di pinggir jalan raya tepatnya di depan pasar wage yang selalu ramai dilalui banyak orang. Dengan lokasi yang strategis membuat barang dagangan Bapak Maryono cepat habis terjual.

Dalam kurun waktu tiga tahun, Bapak Maryono mulai bisa menyewa ruko kecil di pertokoan pasar wage dan mengembangkan usahanya dengan menambah produk dagangan yang awalnya hanya menjual sandal jepit bertambah menjadi sepatu dan juga kaos kaki dengan

ukuran anak-anak hingga dewasa. Setiap hari toko ini ramai pembeli dan penjualan semakin meningkat hingga ruko yang awalnya kecil ini diperluas. Perolehan keuntungan dari penjualan di ruko yang semakin hari semakin bertambah, Bapak Maryono mulai berfikir untuk mengembangkan usahanya lagi.

Hingga pada tahun 1990 Bapak Maryono membuka 2 cabang toko di dalam satu desa yaitu di desa Gendingan, Kec. Kedungwaru, Kab. Tulungagung. Toko ini tidak menjual barang grosir seperti yang di ruko pasar wage melainkan menjual barang secara ecer. Barang dagangan di 2 cabang toko ini begitu lengkap, tersedia mulai dari sandal, sepatu, kaos kaki, tas, pakaian, topi, dan lain sebagainya.

Saat ini ketiga toko, yaitu Barokah Jaya Grosir, Barokah Jaya Gendingan 1, dan Barokah Jaya Gendingan 2 memiliki lokasi toko yang semakin luas, nyaman, dan semakin banyak *stock* produk yang dijual sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli.

2. Visi dan Misi Barokah Jaya Grosir

a. Visi

1. Menjadi usaha grosir yang terpercaya bagi para pelanggan.
2. Menjadi usaha grosir yang lebih maju, terdepan, dan yang paling sukses.

b. Misi

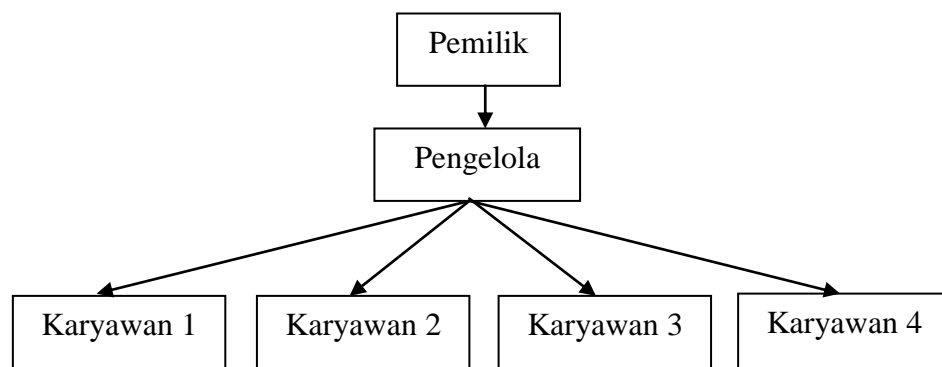
1. Menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

2. Mengutamakan pelayanan dari karyawan yang baik dan ramah.
3. Terus mengembangkan produk yang lebih berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman.

3. Struktur Organisasi Barokah Jaya Grosir

Struktur organisasi Barokah Jaya Grosir adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Barokah Jaya Grosir Tulungagung



Keterangan :

- Owner (Pemilik) : H. Maryono
- Pengelola : Dedy Asmoro
- Karyawan : 1. Yunan Abdulrahman
2. Hadi Abdullah
3. Nurrohman
4. Apin Rusdianto

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing dari struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut.

- a. Pemilik Barokah Jaya Grosir Tulungagung

Pemilik usaha bertugas untuk memimpin usaha, mengambil keputusan atas segala sesuatu yang terjadi, dan menerapkan sebuah aturan-aturan yang harus dipatuhi oleh pengelola dan para karyawan.

b. **Pengelola**

Pengelola usaha mempunyai tugas untuk mengawasi para karyawan dalam bekerja, mengawasi keluar masuknya barang, mengatur keuangan, membuat laporan penjualan, dan memastikan bahwa seluruh operasional usaha berjalan dengan lancar.

c. **Karyawan**

Seorang karyawan bertugas untuk melayani para konsumen dengan baik, mempromosikan barang dagangan, mengepak dan merapikan produk, serta menjaga kebersihan toko.

4. Deskripsi Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Barokah Jaya Grosir Tulungagung berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan per bulan. Cara penarikannya dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 60 orang konsumen yang dipilih secara random atau acak.

a. **Jenis Kelamin Responden**

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	41	68,3 %
2	Perempuan	19	31,6 %
Total		60	100 %

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa konsumen paling banyak memiliki jenis kelamin laki-laki yang berjumlah sebanyak 41 orang dengan presentase 68% dan konsumen perempuan sebanyak 19 orang dengan presentase 31,6%.

b. Usia Responden

Tabel 4.2
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase (%)
1	<20 tahun	0	0 %
2	20-30 tahun	10	16,6 %
3	30-40 tahun	17	28,3 %
4	>40 tahun	33	55 %
Total		60	100 %

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak berusia >40 tahun yang berjumlah sebanyak 33 orang dengan presentase 55%, dan paling sedikit berusia 20-30 tahun yang berjumlah sebanyak 10 orang dengan presentase 16,6%.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	0	0 %
2	Wiraswasta	19	31,6 %
3	PNS	3	5 %
4	Pegawai Swasta	22	36,6 %
5	Lainnya	16	26,6 %
Total		60	100 %

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak bekerja sebagai pegawai swasta yang berjumlah 22 orang dengan presentase 36,6%, dan responden paling sedikit bekerja sebagai PNS yang berjumlah 3 orang dengan presentase 5%.

d. Pendapatan Responden pada setiap bulan

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Presentase (%)
1	< Rp. 1.500.000	2	3,3 %
2	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000	14	23,3 %
3	Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	23	38,3 %
4	>Rp.3.000.000	21	35 %
5	Belum Berpenghasilan	0	0 %
Total		60	100 %

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak memiliki penghasilan Rp.2.000.000 – Rp. 3.000.000 yang berjumlah 23 orang dengan presentase 38,3%, dan responden paling sedikit memiliki penghasilan < Rp. 1.500.000 yang berjumlah 2 orang dengan presentase 3,3%.

5. Deskripsi Variabel

Kuesioner yang telah peneliti sebarkan kepada 60 responden yang terdiri dari 20 pertanyaan yang dibagi menjadi 5 kategori, yaitu (1) 4 pertanyaan ditujukan untuk mengetahui kualitas produk yang dijual di

Barokah Jaya Grosir yang diukur dari variabel *product* (X1). (2) 4 pertanyaan ditujukan untuk mengetahui harga yang ditentukan pada setiap produk Barokah Jaya Grosir yang diukur dari variabel *price* (X2). (3) 4 pertanyaan ditujukan untuk mengetahui tempat distribusi Barokah Jaya Grosir yang diukur dari variabel *place* (X3). (4) 4 pertanyaan ditujukan untuk mengetahui promosi yang dilakukan Barokah Jaya Grosir yang diukur dari variabel *promotion* (X4). (5) 4 pertanyaan ditujukan untuk mengetahui tingkat penjualan Barokah Jaya Grosir yang diukur dari variabel volume penjualan (Y).

Tabel 4.5
Frekuensi Jawaban Kuesioner *Product* (X1)

Item	Skor					Jumlah
	SS (%)	(S) (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)	
X1.1	31	29	0	0	0	60
	51,6%	48,3%	0	0	0	100%
X1.2	32	25	3	0	0	60
	53,3%	41,6%	5%	0	0	100%
X1.3	29	28	3	0	0	60
	48,3%	46,6%	5%	0	0	100%
X1.4	29	30	1	0	0	60
	48,3%	50%	1,6%	0	0	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari tabel 4.7 di atas telah diketahui bahwa dari sejumlah 60 responden yang berada di Barokah Jaya Grosir, peneliti berhasil mendapatkan jawaban dari responden pada item (X1.1) sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan jumlah sebanyak 31 atau 51%, pada item (X1.2) sebagian besar responden menyatakan sangat

setuju dengan jumlah sebanyak 32 atau 53,3%, pada item (X1.3) sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan jumlah sebanyak 29 atau 48,3%, pada item (X1.4), sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 30 atau 50%.

Tabel 4.6
Frekuensi Jawaban Kuesioner *Price* (X2)

Item	Skor					Jumlah
	SS (%)	(S) (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)	
X2.1	26	28	6	0	0	60
	43,3%	46,6%	10%	0	0	100%
X2.2	23	32	5	0	0	60
	38,3%	53,3%	8,3%	0	0	100%
X2.3	24	32	4	0	0	60
	40%	53,3%	6,6%	0	0	100%
X2.4	24	26	10	0	0	60
	40%	43,3%	16,6%	0	0	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari tabel 4.8 di atas telah diketahui bahwa dari sejumlah 60 responden yang berada di Barokah Jaya Grosir, peneliti berhasil mendapatkan jawaban dari responden pada item (X2.1), sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 28 atau 46,6%, pada item (X2.2) sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 32 atau 53,3, pada item (X2.3) sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 32 atau 53,3%, pada item (X2.4) sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 26 atau 43,3%.

Tabel 4.7
Frekuensi Jawaban Kuesioner *Place* (X3)

Item	Skor					Jumlah
	SS (%)	(S) (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)	
X3.1	36	24	0	0	0	60
	60%	40%	0	0	0	100%
X3.2	36	24	0	0	0	60
	60%	40%	0	0	0	100%
X3.3	22	33	5	0	0	60
	36,6%	55%	8,3%	0	0	100%
X3.4	28	31	1	0	0	60
	46,6%	51,6%	1,6%	0	0	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari tabel 4.9 di atas telah diketahui bahwa dari sejumlah 60 responden yang berada di Barokah Jaya Grosir, peneliti berhasil mendapatkan jawaban dari responden pada item (X3.1), sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan jumlah sebanyak 36 atau 60%, pada item (X3.2) sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan jumlah sebanyak 36 atau 60%, pada item (X3.3) sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 33 atau 55%, pada item (X3.4) sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 31 atau 51%.

Tabel 4.8
Frekuensi Jawaban Kuesioner *Promotion* (X4)

Item	Skor					Jumlah
	SS (%)	(S) (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)	
X4.1	1	7	9	32	11	60
	1,6%	11,6%	15%	53,3%	18,3%	100%
X4.2	0	7	10	28	15	60
	0	11,6%	16,6%	46,6%	25%	100%
X4.3	0	6	11	26	17	60
	0	10%	18,3%	43,3%	28,3%	100%
X4.4	3	11	18	24	4	60
	5%	18,3%	30%	40%	6,6%	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari tabel 4.10 di atas telah diketahui bahwa dari sejumlah 60 responden yang berada di Barokah Jaya Grosir, peneliti berhasil mendapatkan jawaban dari responden pada item (X4.1), sebagian besar responden menyatakan tidak setuju dengan jumlah sebanyak 32 atau 53,3%, pada item (X4.2) sebagian besar responden menyatakan tidak setuju dengan jumlah sebanyak 28 atau 46,6%, pada item (X4.3) sebagian besar responden menyatakan tidak setuju dengan jumlah sebanyak 26 atau 43,3%, pada item (X4.4) sebagian besar responden menyatakan tidak setuju dengan jumlah sebanyak 24 atau 40%.

Tabel 4.9
Frekuensi Jawaban Kuesioner Volume Penjualan (Y)

Item	Skor					Jumlah
	SS (%)	(S) (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)	
Y.1	26	32	2	0	0	60
	43,3%	53,3%	3,3%	0	0	100%
Y.2	27	27	6	0	0	60
	45%	45%	10%	0	0	100%
Y.3	21	30	8	1	0	60
	35%	50%	13,3%	1,6%	0	100%
Y.4	32	27	1	0	0	60
	53,3%	45%	1,6%	0	0	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari tabel 4.11 di atas telah diketahui bahwa dari sejumlah 60 responden yang berada di Barokah Jaya Grosir, peneliti berhasil mendapatkan jawaban dari responden pada item (Y.1), sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 32 atau 53,3%, pada item (Y.2) sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju dengan jumlah sebanyak 27 atau 45%, pada item (Y.3) sebagian besar responden menyatakan setuju dengan jumlah sebanyak 30 atau 50%, pada item (Y.4) sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan jumlah sebanyak 32 atau 53,3%.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Pada pengujian validitas, suatu data dapat dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Dari jumlah responden dapat diketahui

bahwa r_{tabel} adalah 0,254, yang diambil dari perhitungan ($df = n - 2 = 60 - 2 = 58$) dengan alpha sebesar 5%. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas pada Variabel *Product* (X1)

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,763	0,254	Valid
X1.2	0,872	0,254	Valid
X1.3	0,806	0,254	Valid
X1.4	0,639	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel 4.12 di atas diketahui bahwa item X1.1, X1.2, X1.3, X1.4 dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas pada Variabel *Price* (X2)

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0,723	0,254	Valid
X2.2	0,824	0,254	Valid
X2.3	0,787	0,254	Valid
X2.4	0,808	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel 4.13 di atas diketahui bahwa item X2.1, X2.2, X2.3, X2.4 dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas pada Variabel *Place* (X3)

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0,778	0,254	Valid
X3.2	0,800	0,254	Valid
X3.3	0,622	0,254	Valid
X3.4	0,748	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel 4.14 di atas diketahui bahwa item X3.1, X3.2, X3.3, X3.4 dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas pada Variabel *Promotion* (X4)

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X4.1	0,922	0,254	Valid
X4.2	0,950	0,254	Valid
X4.3	0,935	0,254	Valid
X4.4	0,808	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel 4.15 di atas diketahui bahwa item X4.1, X4.2, X4.3, X4.4 dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas pada Variabel *Volume Penjualan* (Y)

No. Item	Rhitung	r _{tabel}	Keterangan
Y.1	0,736	0,254	Valid
Y.2	0,822	0,254	Valid
Y.3	0,842	0,254	Valid
Y.4	0,560	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan pengujian validitas pada tabel 4.16 di atas diketahui bahwa item Y.1, Y.2, Y.3, Y.4 dinyatakan valid, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas *Product* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,806 artinya variabel *product* dinyatakan reliabel.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas *Price* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	5

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,810 artinya variabel *price* dinyatakan sangat reliabel.

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas *Place* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.790	5

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,790 artinya variabel *place* dinyatakan reliabel.

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas *Promotion* (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,841 artinya variabel promosi dinyatakan sangat reliabel.

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas Volume Penjualan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,797 artinya variabel volume penjualan dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Cara mendeteksi normalitas data pada uji normalitas residual menggunakan *One-Sample Kolomogrov-Smirnov Test*. Data dapat dikatakan normal apabila telah memenuhi syarat dari uji normalitas yaitu dengan ketentuan nilai sig. > 0,05.

Tabel 4.20
Hasil Uji Normalitas Residual

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.17803014
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.935
Asymp. Sig. (2-tailed)		.346

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel 4.22 telah menunjukkan hasil yang diperoleh sebesar 0,346 yang artinya $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas, jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi dan jika nilai *VIF* $< 10,00$, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.21
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Product	.663	1.508
	Price	.670	1.492
	Place	.705	1.419
	Promotion	.965	1.037

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

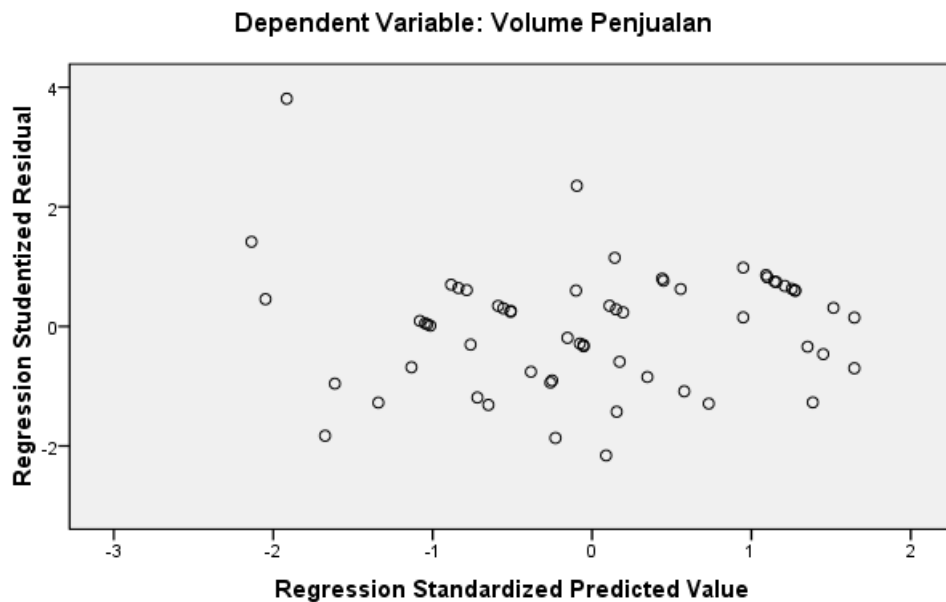
Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan hasil dari uji mutikolinieritas pada tabel 4.23 diketahui bahwa nilai tolerance pada semua variabel $> 0,1$ dan nilai VIF pada semua variabel < 10 , maka tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari metode *Scatterplot*, di mana jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heterokedastisitas
Scatterplot



Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan gambar 4.2 grafik *Scatterplot* menunjukkan titik-titik menyebar dengan merata di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola apapun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

Untuk memperkuat tidak terjadinya heterokedastisitas pada tabel *scatterplot*, maka perlu adanya uji glejser. Pada uji glejser jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Tabel 4.22
Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.648	1.226		.529	.599
Product	.091	.064	.211	1.430	.158
Price	-.178	.054	-.488	-3.330	.062
Place	.072	.068	.152	1.060	.294
Promotion	.043	.026	.198	1.620	.111

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0

Dari tabel 4.24 di atas menunjukkan bahwa nilai sig. pada variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* memiliki nilai $> 0,05$, maka dalam pengujian glejser ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin Watson (DW test)*.

Tabel 4.23
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.765 ^a	.585	.554	1.15653	1.742

a. Predictors: (Constant), Promotion, Place, Price, Product

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0

Dari tabel 4.25 di atas menunjukkan nilai *Durbin Watson* yang dihasilkan adalah 1,742. Sedangkan dengan melihat tabel d (*Durbin Watson*) dengan nilai signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 60 serta jumlah variabel independen (k) = 4 menghasilkan nilai d_l sebesar 1,4443 dan d_u sebesar 1,7274 sedangkan nilai $4-d_u$ adalah 2,2726. Dapat disimpulkan bahwa ($1,7274 < 1,742 < 2,2726$), sehingga tidak terjadi masalah autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut adalah hasil uji analisis regresi linier berganda.

Tabel 4.24
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.951	2.179		.437	.664
	Product	.284	.113	.263	2.508	.015
	Price	.377	.095	.412	3.959	.000
	Place	.300	.121	.251	2.474	.016
	Promotion	-.047	.047	-.087	-1.004	.320

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.25, untuk persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 0,951 + 0,284X_1 + 0,377X_2 + 0,300X_3 + 0,047X_4$$

Dari persamaan regresi linier di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta $\alpha = 0,951$

Nilai konstanta sebesar 0,951 menyatakan bahwa jika variabel *product* (X1), *price* (X2), *place* (X3), dan *promotion* (X4) dalam keadaan tetap (konstanta) maka volume penjualan (Y) sebesar 0,951.

- b. Koefisien regresi *product* (X1) = 0,284

Setiap penambahan 1 satuan pada produk maka akan menyebabkan volume penjualan produk Barokah Jaya Grosir meningkat (karena tanda positif) sebesar 0,284 dengan asumsi variabel lain tetap, begitupun sebaliknya.

- c. Koefisien regresi *price* (X2) = 0,377

Setiap penambahan 1 satuan pada harga maka akan menyebabkan volume penjualan produk Barokah Jaya Grosir meningkat (karena tanda positif) sebesar 0,377 dengan asumsi variabel lain tetap, begitupun sebaliknya.

- d. Koefisien regresi *place* (X3) = 0,300

Setiap penambahan 1 satuan pada tempat distribusi maka akan menyebabkan volume penjualan produk Barokah Jaya Grosir meningkat (karena tanda positif) sebesar 0,300 dengan asumsi variabel lain tetap, begitupun sebaliknya.

- e. Koefisien regresi *promotion* (X_4) = -0,047

Setiap penambahan 1 satuan pada promosi, maka akan menyebabkan volume penjualan produk Barokah Jaya Grosir menurun (karena tanda negatif) 0,047 dengan asumsi variabel lain tetap, begitupun sebaliknya.

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

4. Uji Hipotesis

a. Uji – T

Ketentuan dalam pengujian hipotesis dengan uji T, yaitu jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dimana nilai t_{tabel} diperoleh dari perhitungan tingkat kepercayaan dibagi 2 : jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas.

$$(\alpha : 2) : (n - k) = 0,05 : 2) : (60 - 5) = 0,025 : 55$$

Maka dalam penelitian ini diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2.004.

Tabel 4.25
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.951	2.179		.437	.664
Product	.284	.113	.263	2.508	.015
Price	.377	.095	.412	3.959	.000
Place	.300	.121	.251	2.474	.016
Promotion	-.047	.047	-.087	-1.004	.320

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.26, maka dapat dijelaskan:

1. Pengaruh *Product* (X1) terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh antara *product* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh antara *product* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.508 > 2.004$ dan $sig. < 0,05$ yaitu $0,015 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara *product* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

2. Pengaruh *Price* (X2) terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Y)

H₀: Tidak ada pengaruh antara *price* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

H₁: Ada pengaruh antara *price* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 3.959 > 2.004 dan sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara *price* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

3. Pengaruh *Place* (X3) terhadap Tingkat Volume Penjualan (Y)

H₀: Tidak ada pengaruh antara *place* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

H₁: Ada pengaruh antara *place* terhadap tingkat volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2.474 > 2.004 dan sig. < 0,05 yaitu 0,016 < 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara *place* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

4. Pengaruh *Promotion* (X4) terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Y)

H₀: Tidak ada pengaruh antara *promotion* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

H₁: Ada pengaruh antara *promotion* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1.004 < 2.004$ dan $sig. > 0,05$ yaitu $0,320 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H₀ diterima dan H₁ ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara *promotion* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

b. Uji – F

Berikut adalah hasil dari uji F.

Tabel 4.26
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	122.972	4	30.743	20.651	.000 ^a
Residual	81.878	55	1.489		
Total	204.850	59			

a. Predictors: (Constant), Promotion, Place, Price, Product

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel 4.27 di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara *product*, *price*, *place*, dan *promotion* terhadap peningkatan volume penjualan.

H_1 : Ada pengaruh antara *product*, *price*, *place*, dan *promotion* terhadap peningkatan volume penjualan.

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Nilai F_{tabel} dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$df_1 = k$ dimana (k adalah jumlah variabel bebas) = 4.

$df_2 = n - k = 60 - 4 = 56$.

Berdasarkan tabel 4.27 di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.651 > 2,54$ dan nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh yang signifikan antara *product*, *price*, *place*, dan *promotion* terhadap peningkatan volume penjualan Barokah Jaya Grosir Tulungagung.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 – 1 dan nilai yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

Tabel 4.27
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.600	.571	1.22012

a. Predictors: (Constant), Promotion, Place, Price, Product

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16.0*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.28 di atas diketahui nilai *R Square* sebesar 0,600 yang artinya 60% variabel dependen volume penjualan (Y) dipengaruhi oleh variabel independen yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Sedangkan sisanya sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.