

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu wilayah yang terletak pada provinsi Jawa Timur yang tepatnya kurang lebih 154 km Barat Daya Kota Surabaya dan secara geografis terletak pada $111^{\circ}43'$ - $112^{\circ}07'$ BT dan $7^{\circ}51'$ - $8^{\circ}18'$ LS dengan titik nol yang dihitung dari greenwich Inggris dengan luas wilayah sebesar $1.055,65 \text{ Km}^2$ dengan batas wilayah administrasi sebelah utara berbatasan dengan kabupaten kediri, Nganjuk, dan Blitar, sebelah selatan berbatasan dengan Samudera Hindia dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Trenggalek dan Ponorogo.

Wilayah kabupaten Tulungagung terdiri atas 19 kecamatan, 257 desa serta 14 kelurahan dengan berbagai potensi yang dimilikinya diantaranya yakni potensi wisata alam, wisata kuliner, potensi di bidang perikanan dan kelautan, serta potensi di bidang industri. Untuk potensi wisata alam karena wilayah tulungagung memiliki letak geografis yang berbatasan dengan Samudra Hindia sehingga menjadikan Tulungagung memiliki banyak pantai yang menarik. Untuk potensi wisata kuliner di Tulungagung juga memiliki banyak jenis makanan yang hanya dimiliki oleh Tulungagung saja yang dapat memeberikan pengalaman yang berbeda ketika mengkonsumsi makanan dan minuman khas Tulungagung. Untuk potensi di bidang perikanan dan kelautan, potensi sumber daya perikanan dan kelautan meliputi potensi perairan laut, payau, perairan umum dan

budidaya ikan air tawar. Selanjutnya yakni potensi dalam bidang industri. Pada bidang industri ini Tulungagung banyaknya muncul industri kecil menengah seperti perkakas rumah tangga batik, dan konfeksi. Namun salah satu ikon industri di Tulungagung adalah industri kerajinan Marmer. Yang mana Tulungagung merupakan salah satu daerah yang terkenal akan pusat industri kerajinan marmer terbedsar di Indonesia yang mampu menembus pasar Internasional, yang berpusat di wilayah Tulungagung bagian selatan khususnya di Desa Gamping Kecamatan Campurdarat.

Kecamatan campurdarat merupakan wilayah yang terletak di sebelah selatan Kabupaten Tulungagung dengan luas wilayah sebesar 39,76 Km². Dengan batas wilayah sebelah utara yakni Kecamatan Boyolangu, sebelah selatan Kecamatan Besuki, sebelah timur Kecamatan Tanggunggunung dan sebelah barat Kecamatan Pakel. Kecamatan Campurdarat terbagi atas sembilan kelurahan atau desa yakni Desa Ngentrong, Sawo, Gedangan, Gamping, Campurdarat, Wates, Pelem, Pojok, dan Tanggung.¹

Desa gamping merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Campurdarat dengan luas wilayah 973.429 ha/m², dengan luas hutan lindung 250.200 ha/m², dengan komoditas tanaman pangan berupa padi dan jagung. Desa Gamping terdiri atas 2 dusun, 5 rukun warga, dan 15 rukun tetangga. Dengan batas wilayah di sebelah Utara Desa

¹ Bappeda Kabupaten Tulungagung, *RP12JM Bidang PU Cipta Karya Tulungagung*, sumber: https://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRPIJM_ed2f5c6cfd_BAB%20IIBAB%202%20Profil%20Kabupaten%20Tulungagung.pdf, pada 11 Februari 2021, Pukul 15.46 WI B

Campurdarat, di sebelah Timur Kecamatan tanggunggunung, di sebelah selatan Desa Sawo dan Desa Gedangan dan disebelah Barat yakni Kecamatan Pakel.

1. Sejarah Desa Gamping

Sebelum di kenal dengan nama Desa Gamping pada zaman penjajahan Belanda Desa Gamping dikenal dengan daerah Wadjak dan pada daerah tersebut ditemukan fosil kerangka manusia purba yang dikenal dengan Homo Wajakensis yang ditandai dengan terdapat peninggalan berupa tugu yang menyatakan bahwa pernah di datangi oleh Gubernur Belanda yang bernama *Van Zun Exc. Den.* Dengan bersamaan dengan hal tersebut daerah yang dulunya dikenal dengan sebutan Wadjak dirubah nama menjadi Desa Gamping. Hal ini disebabkan karena Desa Gamping dikenal karena banyaknya tambang batu gamping. Dan didirikan Perusahaan Pembakaran Batu Gamping.

2. Visi Misi Desa Gamping

a. Visi

Terciptanya kesejahteraan, kemandirian, dan kemakmuran masyarakat yang agamis melalui peningkatan mutu kualitas hidup masyarakat dengan semangat Ayem Tentrem Mulyo Tinoto.

b. Misi

1. Bidang ekonomi kerakyatan;

Difokuskan pada bidang pertanian, dam, dan saluran air, juga penguatan kelembagaan ekonomi seperti koperasi dan lembaga simpan pinjam.

2. Bidang Pembangunan

Dalam pembangunan fisik memperbaiki sarana transportasi, dan infrastruktur termasuk pembangunan kantor dan balai desa sebagai tempat pelayanan publik, pengerasan jalan, talud, saluran drainase.

3. Bidang sosial budaya

Meningkatkan peran pemuda untuk ikut serta dalam pembangunan, menghidupkan organisasi kepemudaan dan memberi fasilitas sarana dan prasarana kegiatan olahraga².

3. Potensi Desa Gamping

Desa gamping merupakan salah satu desa di Kecamatan Capurdarat, Kabupaten Tulungagung yang terkenal akan kerajinan batu marmer atau disebut juga sebagai penghasil marmer terbesar di Indonesia. Yang mana sebagian besar masyarakat Desa Gamping bermata pencaharian sebagai pengrajin batu. Batu marmer merupakan batuan metamorf yang merupakan hasil dari proses metamorfisme batuan gamping akibat dari tekanan suhu yang dapat mengakibatkan terjadinya perubahan struktur dan tekstur dari batu gamping. Batu marmer ini banyak digunakan untuk mempercantik

² *Profil Desa Gamping*, <http://gamping.tulungagungdaring.id/profil-des/>, diakses tgl 12 Februari 2021, Pukul 21:44

interior rumah mulai dari lantai, perabot rumah tangga dll. Dari kerajinan batu marmer yang dihasilkan oleh pengrajin-pengrajin batu di Desa Gamping kemudian akan dijual baik di pasar lokal, luar kota bahkan sampai pasar luar negeri. Untuk penjualan pasar lokal biasanya akan dijual pada pemasok-pemasok lokal, ada juga yang di jual ke pemasok-pemasok yang berasal dari luar kota seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Bali, dan kota-kota lain yang biasanya dikunjungi oleh wisatawan asing. Dan untuk penjualan ke luar negeri biasanya di import oleh negara-negara di Asia, Amerika bahkan sampai dengan Eropa. Seiring dengan berjalannya waktu semakin lama jenis batu, bentuk atau model kerajinan juga semakin bervariasi karena semakin bervariasinya permintaan dari kerajinan batu ini. Kerajinan batu ini dibuat dengan cara di bubut dengan menggunakan mesin bubut, namun ada juga yang dibuat dengan mesin gerinda seperti washtafel, ubin, patung dan lain-lain. Produk-produk batu marmer yang biasanya sering dibutuhkan di pasaran diantaranya vandel atau piala biasanya dibutuhkan ketika ada event atau lomba-lomba di sekolah organisasi dan lain-lain. Jenis jenis batu yang biasanya digunakan sebagai kerajinan diantaranya ada batu kali atau batuan lava beku, batu marmer, batu fosil, dll. Batu - batu yang biasanya digunakan sebagai bahan dasar pembuatan kerajinan biasanya berasal dari desa Besole Tulungagung, dari Bawean, ada juga yang berasal dari luar negeri seperti Itali dan lain-lain. Penentuan harga jual dari kerajinan batu ini berasal dari tingkat kerumitan atau cara pembuatannya, dan jenis batu yang digunakan.

B. Deskripsi karakteristik Responden

Langkah pertama yang dilakukan penulis sebelum melakukan analisis terhadap responden yakni memberikan penjelasan mengenai data responden yang berperan sebagai populasi. Di dalam penelitian ini responden yang menjadi sampel dalam penelitian adalah para pengrajin batu marmer yang tersebar di Desa Gamping, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung dengan kuantitas sampel sebanyak 95 orang. Dimana setiap responden dipersilahkan untuk memberikan jawaban atas beberapa pernyataan yang telah diberikan oleh penulis dengan menggunakan *skal linkert*.

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

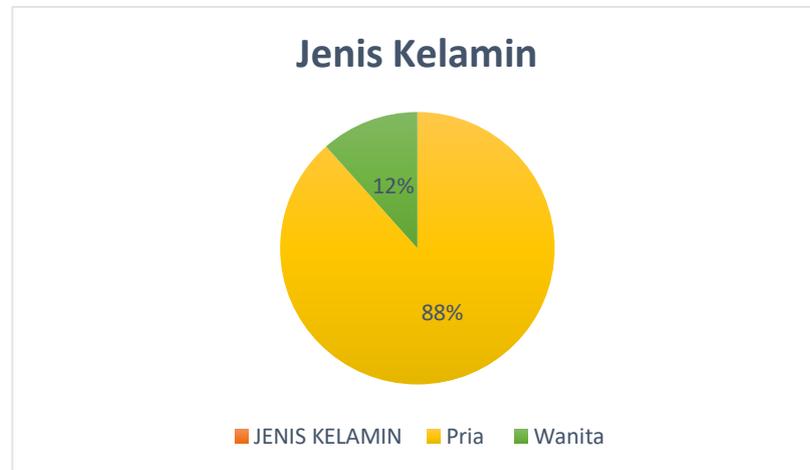
Berdasarkan seluruh responden dari para pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulugagung memiliki data jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

No	JENIS KELAMIN	Frekuensi	Presentase
1	Pria	84	88%
2	Wanita	11	12%
	Jumlah	95	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Gambar 4.1
Diagram Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin



Untuk memudahkan pembaca dalam memahami karakteristik responden yang dilihat dari jenis kelaminnya maka penulis menyajikan dalam bentuk diagram. Berdasarkan pada tabel dan diagram 4.1 diatas maka dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden pria dengan jumlah responden sebanyak 84 orang atau 88%. Jumlah ini lebih besar dari jumlah responden wanita yakni sebanyak 11 orang atau 12%. Hal ini dapat diketahui bahwa mayoritas pengarijin kerajinan marmer di Desa Gamping, Campurdarat adalah kaum pria sehingga penyebaran kuisisioner lebih banyak pada kaum laki-laki di bandingkan dengan kaum wanita. Namun demikian juga terdapat kaum perempuan yang juga ikut melakukan pengolahan kerajinan batu seperti melakukan pemolesan kerajinan batu marmer dan lain-lain.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

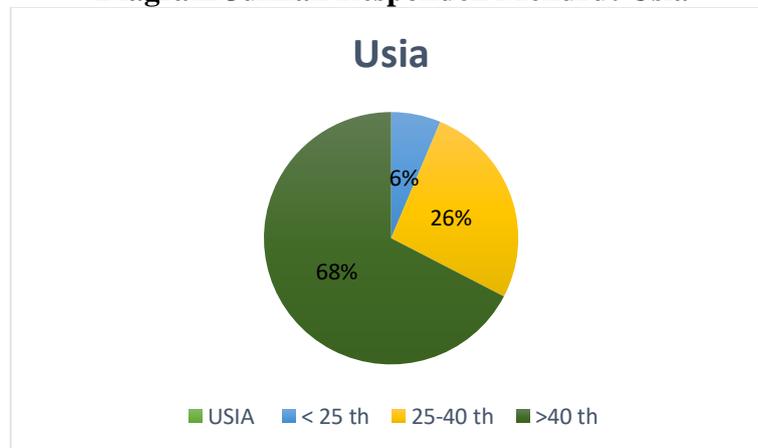
Berdasarkan pada karakteristik usia responden pada pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulugagung yakni sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Responden Menurut Usia

No	USIA	Frekuensi	Presentase
1	< 25 th	6	6%
2	25-40 th	25	26%
3	>40 th	64	68%
	Jumlah	95	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Gambar 4.2
Diagram Jumlah Responden Menurut Usia



Berdasarkan pada tabel dan diagram 4.2 diatas dapat diketahui bahwa karakteristik dari responden jika dilihat dari segi usia pada pengrajin batu marmer di Desa gamping Campurdarat sebagian besar berusia diatas 40 tahun dengan jumlah responden sebanyak 64 orang dengan presentase sebesar 68%. Sedangkan untuk respoden dengan

rentang usia 25-40 tahun sebanyak 25 responden dengan presentase sebesar 26%. Selanjutnya untuk responden dengan rentang usia di bawah 25 tahun yakni sebanyak 6 orang dengan presentase sebesar 6%. Berdasarkan pada data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas dari pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat adalah pada rentang usia di atas 40 tahun. Dan paling sedikit yakni pada usia di bawah 25 tahun.

3. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

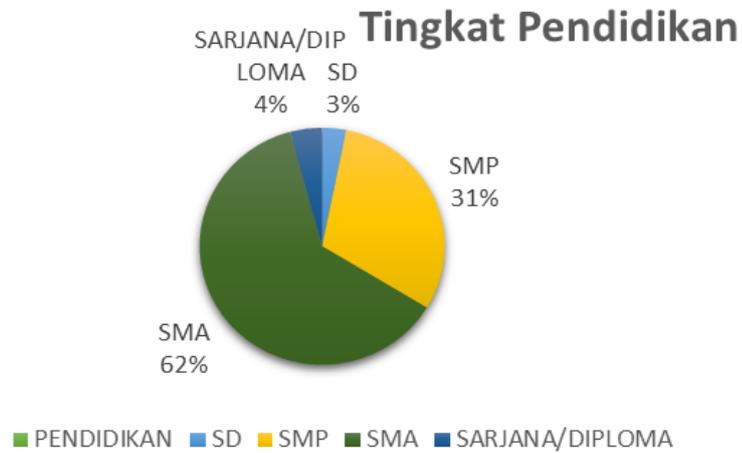
Berdasarkan pada karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan responden pada pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulugagung yakni sebagai berikut:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	PENDIDIKAN	Frekuensi	Presentare
1	SD	3	3%
2	SMP	29	31%
3	SMA	59	62%
4	SARJANA/DIPLOMA	4	4%
	JML	95	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Gambar 4.3
Diagram Jumlah Responden Menurut Pendidikan



Berdasarkan pada tabel dan diagram 4.3 diatas dapat diketahui bahwa karakteristik dari responden jika dilihat dari tingkat pendidikan pada para pengrajin batu marmer di Desa gamping Campurdarat yakni didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan SMA/SLTA (Sekolah Lanjut Tingkat Atas) dengan jumlah 59 orang atau sebesar 62%. Dan untuk responden dengan tingkat pendidikan SMP/SLTP (Sekolah Lanjut Tingkat Pertama) sejumlah 29 orang atau sebesar 31%. Selanjutnya untuk pendidikan Sarjana/Diploma sebanyak 4 orang atau sebesar 4% dan untuk pendidikan terakhir SD (Sekolah Dasar) sebanyak 3 orang atau sebesar 3% hanya selisih satu orang dari pendidikan Sarjana/Diploma. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat berasal dari berbagai tingkat pendidikan mulai dari tingkat SD sampai

Sarjana/Diploma. Namun yang paling mendominasi adalah pada tingkat pendidikan SMA/SLTA.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan empat (4) variabel bebas atau independent yang terdiri dari promosi, harga, variasi produk, dan saluran distribusi. Sedangkan untuk variabel dependent atau variabel terikat yakni volume penjualan. Dengan melakukan pengembangan terhadap kelima variabel tersebut maka disusunlah angket penelitian yang diberikan kepada responden yang terdiri atas 28 pernyataan yang terbagi atas lima (5) kategori, yakni:

- 1) Enam pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel promosi (X1);
- 2) Lima pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel harga (X2);
- 3) Tujuh pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel variasi produk (X3);
- 4) Lima pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel saluran distribusi (X4);
- 5) Lima pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel harga (X2);
- 6) Lima pernyataan yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh yang diterima oleh variabel volume penjualan (Y).

1. Promosi

Tabel 4.4
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Promosi (X1)

Item	Skor Jawaban VARIABEL I									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	60	63%	35	37%
2	0	0%	0	0%	0	0%	58	61%	37	39%
3	0	0%	0	0%	0	0%	50	53%	45	47%
4	0	0%	0	0%	0	0%	59	62%	36	38%
5	0	0%	0	0%	1	1%	67	71%	27	28%
6	0	0%	0	0%	0	0%	58	61%	37	39%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Tabel diatas merupakan data jawaban angket dari variabel Promosi (X1). Berdasarkan pada data tersebut maka dapat diketahui hasil pengisian angket secara total dilakukan oleh responden sebanyak 95 orang. Pada item pernyataan nomor 1, sebanyak 35 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 60 responden memilih jawaban Setuju (S), dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 2, sebanyak 37 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 58 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 3, sebanyak 45 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 50 responden memilih jawaban

Setuju. Dan tidak ada responden yang memilih Jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 4, sebanyak 36 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 59 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 5, sebanyak 27 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 67 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju (KS). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju (TS). serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 6, sebanyak 37 responden memilih jawaban Sangat setuju (SS), 58 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju, Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Harga

Tabel 4.5
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Harga (X2)

Item	Skor Jawaban VARIABEL II									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	68	72%	27	28%
2	0	0%	0	0%	0	0%	62	65%	33	35%
3	0	0%	0	0%	8	9%	64	67%	23	24%
4	0	0%	0	0%	1	1%	64	67%	30	32%
5	0	0%	0	0%	0	0%	61	64%	34	36%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Tabel diatas merupakan data jawaban angket dari variabel Harga (X2). Berdasarkan pada data tersebut maka dapat diketahui hasil pengisian angket secara total dilakukan oleh responden sebanyak 95 orang. Pada item pernyataan nomor 1, sebanyak 27 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 68 responden memilih jawaban Setuju (S), dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 2, sebanyak 33 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 62 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 3, sebanyak 23 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 64 responden memilih jawaban Setuju, 8 responden memilih jawaban Kurang Setuju. Dan tidak ada

responden yang memilih Jawaban Tidak Setuju (TS) serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 4, sebanyak 30 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 64 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju. Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 5, sebanyak 34 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 61 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

3. Variasi Produk

Tabel 4.6
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Variasi Produk (X3)

Item	Skor Jawaban VARIABEL III									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	74	78%	21	22%
2	0	0%	0	0%	0	0%	60	63%	35	37%
3	0	0%	0	0%	1	1%	48	51%	46	48%
4	0	0%	1	1%	0	0%	51	54%	43	45%
5	0	0%	0	0%	1	1%	50	53%	44	46%
6	0	0%	0	0%	1	1%	62	65%	32	34%
7	0	0%	0	0%	0	0%	64	67%	31	33%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Tabel diatas merupakan data jawaban angket dari variabel Variasi Produk (X3). Berdasarkan pada data tersebut maka dapat diketahui hasil pengisian angket secara total dilakukan oleh responden sebanyak 95 orang.

Pada item pernyataan nomor 1, sebanyak 21 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 74 responden memilih jawaban Setuju (S), dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 2, sebanyak 35 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 60 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 3, sebanyak 46 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 48 responden memilih jawaban Setuju, 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju. Dan tidak ada responden yang memilih Jawaban Tidak Setuju (TS) serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 4, sebanyak 43 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 51 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban tidak setuju. Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 5, sebanyak 44 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 50 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju. Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju (TS) serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 6, sebanyak 32 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 62 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju (KS). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju (TS) serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 7, sebanyak 37 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 58 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

4. Saluran Distribusi

Tabel 4.7
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Saluran Distribusi (X4)

item	Skor Jawaban VARIABEL IV									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	1	1%	1	1%	76	80%	17	18%
2	0	0%	0	0%	0	0%	62	65%	33	35%
3	0	0%	0	0%	1	1%	65	68%	29	31%
4	0	0%	0	0%	1	1%	68	72%	26	27%
5	0	0%	0	0%	0	0%	65	68%	30	32%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Tabel diatas merupakan data jawaban angket dari variabel Saluran Distribusi (X4). Berdasarkan pada data tersebut maka dapat diketahui hasil pengisian angket secara total dilakukan oleh responden sebanyak 95 orang. Pada item pernyataan nomor 1, sebanyak 17 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 76 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden

memilih jawaban Kurang Setuju (KS), 1 responde memilih jawaban Tidak Setuju (TS). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 2, sebanyak 33 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 62 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 3, sebanyak 29 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 65 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju (KS). Dan tidak ada responden yang memilih Jawaban Tidak Setuju (TS) serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 4, sebanyak 26 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 68 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju (KS). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 5, sebanyak 30 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 65 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS). seerta Sangat Tidak Setuju (STS).

5. Volume Penjualan

Tabel 4.8

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Volume Penjualan (Y)

Item	Skor Jawaban VARIABEL V									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	0	0%	1	1%	75	79%	19	20%
2	0	0%	0	0%	0	0%	67	71%	28	29%
3	0	0%	0	0%	0	0%	68	72%	27	28%
4	0	0%	0	0%	1	1%	69	73%	25	26%
5	0	0%	0	0%	0	0%	61	64%	34	36%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Tabel diatas merupakan data jawaban angket dari variabel Volume Penjualan (Y). Berdasarkan pada data tersebut maka dapat diketahui hasil pengisian angket secara total dilakukan oleh responden sebanyak 95 orang. Pada item pernyataan nomor 1, sebanyak 19 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 75 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju (KS). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 2, sebanyak 28 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 67 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 3, sebanyak 27 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 68 responden memilih jawaban

Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih Jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada item pernyataan nomor 4, sebanyak 25 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 69 responden memilih jawaban Setuju (S), 1 responden memilih jawaban Kurang Setuju (KS). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Sementara pada item pernyataan nomor 5, sebanyak 34 responden memilih jawaban Sangat Setuju (SS), 61 responden memilih jawaban Setuju (S). Dan tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui instrumen yang digunakan valid atau tidak yakni dengan cara mengorelasikan antara nilai r hitung dengan r tabel, r tabel diperoleh dari nilai *table-r* pada taraf signifikansi 5% atau tingkat kepercayaan 95% dan dengan jumlah $N = 95$, nilai r tabel dilihat dari nilai r tabel dengan cara *degree of freedom* (df) yaitu $(n-2)$, nilai n merupakan jumlah sampel. Maka df diperoleh 93 yakni dari $(df = 95-2)$ dengan menggunakan taraf signifikan 5% maka r tabel dari

93 adalah 0,2017, dibulatkan 3 angka dibelakang koma menjadi 0,202. Sehingga jika nilai r -hitung $>$ r tabel (0,202), maka pernyataan dari kuesioner tersebut dinyatakan valid dan jika nilai r -hitung $<$ r -tabel maka pernyataan dari kuesioner tersebut tidak valid³. Berikut ini merupakan data statistik uji validitas dari berbagai pernyataan yang digunakan pada variabel penelitian:

Tabel 4.9

Uji Validitas Instrumen Promosi (X1)

Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
Q1	0,202	0,516	Valid
Q2	0,202	0,644	Valid
Q3	0,202	0,703	Valid
Q4	0,202	0,612	Valid
Q5	0,202	0,571	Valid
Q6	0,202	0,440	Valid

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai r hitung dari-pernyataan-pernyataan yang terdapat pada tabel variabel Promisi masing-masing adalah 0,516 untuk pernyataan pertama; 0,644 untuk pernyataan kedua; 0,703 untuk pernyataan ketiga; 0,612 untuk pernyataan keempat; 0,571 untuk pernyataan kelima; dan 0,440 untuk pernyataan keenam. Sehingga, nilai r hitung pada setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih dari 0,202. Jadi, seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian variabel Promosi (X1) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

³Muhammad Yusuf & Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018) Hlm 50-51

Tabel 4.10
Uji Validitas Instrumen Harga (X2)

Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keteerangan
Q1	0,202	0,548	Valid
Q2	0,202	0,606	Valid
Q3	0,202	0,647	Valid
Q4	0,202	0,690	Valid
Q5	0,202	0,801	Valid

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai r hitung dari pernyataan-pernyataan yang terdapat pada tabel variabel Harga masing-masing adalah 0,548 untuk pernyataan pertama; 0,606 untuk pernyataan kedua; 0,647 untuk pernyataan ketiga; 0,690 untuk pernyataan keempat; dan 0,801 untuk pernyataan kelima. Sehingga, nilai r hitung pada setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih dari 0,202. Jadi, seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian variabel Harga (X2) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.11
Uji Validitas Instrumen Variasi Produk (X3)

Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keteerangan
Q1	0,202	0,257	Valid
Q2	0,202	0,588	Valid
Q3	0,202	0,756	Valid
Q4	0,202	0,756	Valid
Q5	0,202	0,732	Valid
Q6	0,202	0,602	Valid
Q7	0,202	0,503	Valid

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai r hitung dari pernyataan-pernyataan yang terdapat pada tabel variabel Variasi Produk masing-

masing adalah 0,257 untuk pernyataan pertama; 0,588 untuk pernyataan kedua; 0,756 untuk pernyataan ketiga; 0,756 untuk pernyataan keempat; 0,732 untuk pernyataan kelima; 0,602 untuk pernyataan keenam dan 0,503 untuk pernyataan ketujuh. Sehingga, nilai r hitung pada setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih dari 0,202. Jadi, seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian Variasi Produk (X3) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.12
Uji Validitas Instrumen Saluran Distribusi (X4)

Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keteerangan
Q1	0,202	0,538	Valid
Q2	0,202	0,707	Valid
Q3	0,202	0,745	Valid
Q4	0,202	0,670	Valid
Q5	0,202	0,768	Valid

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai r hitung dari pernyataan-pernyataan yang terdapat pada tabel variabel Saluran Distribusi masing-masing adalah 0,538 untuk pernyataan pertama; 0,707 untuk pernyataan kedua; 0,745 untuk pernyataan ketiga; 0,670 untuk pernyataan keempat; dan 0,768 untuk pernyataan kelima. Sehingga, nilai r hitung pada setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih dari 0,202. Jadi, seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian variabel Saluran Distribusi (X4) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.13
Uji Validitas Instrumen Volume Penjualan (Y)

Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keteerangan
Q1	0,202	0,514	Valid
Q2	0,202	0,684	Valid
Q3	0,202	0,502	Valid
Q4	0,202	0,657	Valid
Q5	0,202	0,785	Valid

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai r hitung dari pernyataan-pernyataan yang terdapat pada tabel variabel Volume Penjualan masing-masing adalah 0,514 untuk pernyataan pertama; 0,684 untuk pernyataan kedua; 0,502 untuk pernyataan ketiga; 0,657 untuk pernyataan keempat; dan 0,785 untuk pernyataan kelima. Sehingga, nilai r hitung pada setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih dari 0,202. Jadi, seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian variabel Volume Penjualan (Y) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui konsistensi responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan yang disusun dalam bentuk kuisisioner. Suatu indikator dalam masing-masing variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, dan jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka

indikator yang digunakan dalam variabel tidak reliabel.⁴ Sedangkan berbagai variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki hasil uji reliabilitas yakni sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian (X1, X2, X3, X4, dan Y)

Variabeel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keteerangan
Promosi (X1)	0,606	Reliabel
Harga (X2)	0,672	Reliabel
Variasi Produk (X3)	0,720	Reliabel
Saluran Distribusi (X4)	0,719	Reliabel
Volume Penjualan (Y)	0,623	Reliabel

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas variabel Promosi (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,606, variabel Harga (X2) sebesar 0,672, variabel Variasi Produk (X3) sebesar 0,720, variabel Saluran Distribusi (X4) sebesar 0,719. Dan variabel Volume Pejualan (Y) sebesar 0,623. Dari hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel memiliki nilai yang melebihi 0,6 ($\alpha < 0,60$) sehingga seluruh variabel independent (X1, X2, X3, X4) dan dependen (Y) pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

⁴Farid Firmansyah & Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas ...*, Hlm 77

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu uji statistik dalam uji asumsi klasik yang dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak maka dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang didukung dengan kurva normal P-P Plot. ⁵ Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 4.15
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,15479126
Most Extreme Differences	Absolute	0,105
	Positive	0,105
	Negative	-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		1,019
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,250
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

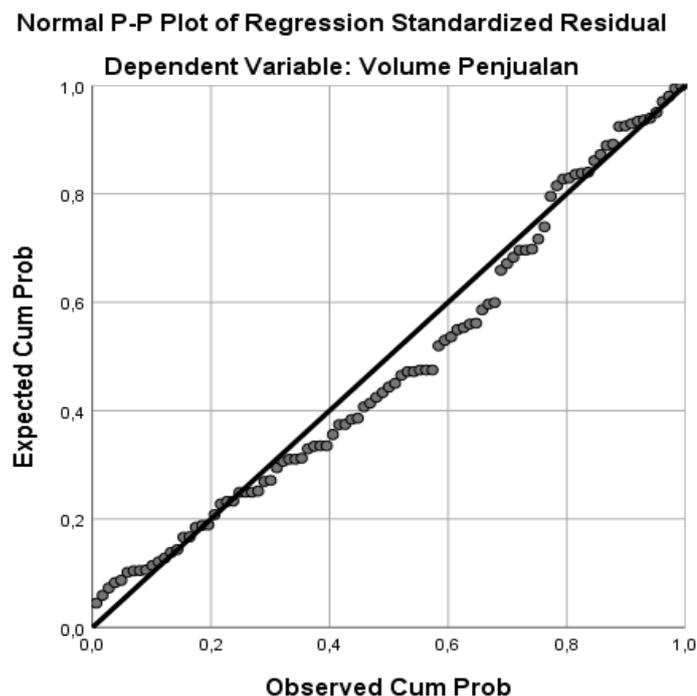
Berdasarkan dari tabel hasil output SPSS dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov di atas menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal yang dapat

⁵Singgih Santoso, *Statistik Multivariat: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: Gramedia, 2010), Hlm 43

dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni sebesar 0,250 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau sebesar 5%. Hal ini didasarkan pada kriteria pengujian normalitas dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi sig. (signifikan) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi sig. (signifikan) $< 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Gambar 4.4
Uji Normalitas Data



Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov di atas juga di dukung dengan menggunakan

metode Normal P-P Plot. Pada gambar kurva P-P Plot di atas menunjukkan distribusi data yang digambarkan dengan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal secara searah. Hal ini menunjukkan bahwa seeluruh variabel penelitian tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan suatu uji statistik yang merupakan bagaian dari uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi atau untuk mengetahui adanya hubungan antar variabel independent dalam suatu model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas maka dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas berdasarkan pada nilai *tolerance* yakni:

- 1) Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 ($tolerance > 0,10$), maka tidak terdapat multikolenearitas dalam suatu model regresi.
- 2) Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 ($tolerance < 0,10$), maka terdapat multikolenearitas dalam suatu model regresi.

Sedangkan untuk dasar pengambilan keputusan yang didasarkan pada nilai VIF, sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF kurang dari 10,00 ($VIF < 10,00$), maka tidak terjadi multikoleniaritas dalam suatu model regresi;
- 2) Dan jika nilai VIF lebih dari 10,00 ($VIF > 10,00$), maka terdapat multikolinearitas pada model regresi.⁶

Tabel 4.16
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Promosi	0,907	1,102
	Harga	0,905	1,105
	Variasi Produk	0,924	1,082
	Saluran Distribusi	0,922	1,085

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan data *Coefficientss* pada tabel 4.15 diperoleh nilai pada kolom *tolerance* adalah 0,907 pada variabel Promosi; 0,905 pada variabel Harga; 0,924 pada variabel Variasi Produk; dan 0,922 pada variabel Saluran Distribusi. Dari hasil nilai *tolerance* diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel di atas tidak terdapat multikolinearitas karena setiap variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari pada 0,10 ($tolerance > 0,10$).

⁶ Timotius Febry & Teofilus, *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), Hlm 55

Selain itu juga dapat dilihat dari nilai VIF yakni sebesar 1,102 untuk variabel Promosi; 1,105 untuk variabel Harga; 1,082 untuk variabel Variasi Produk, dan 1,085 untuk Variabel Saluran Distribusi. Sehingga dari hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada setiap variabel karena setiap variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10,00 ($VIF < 10,00$).

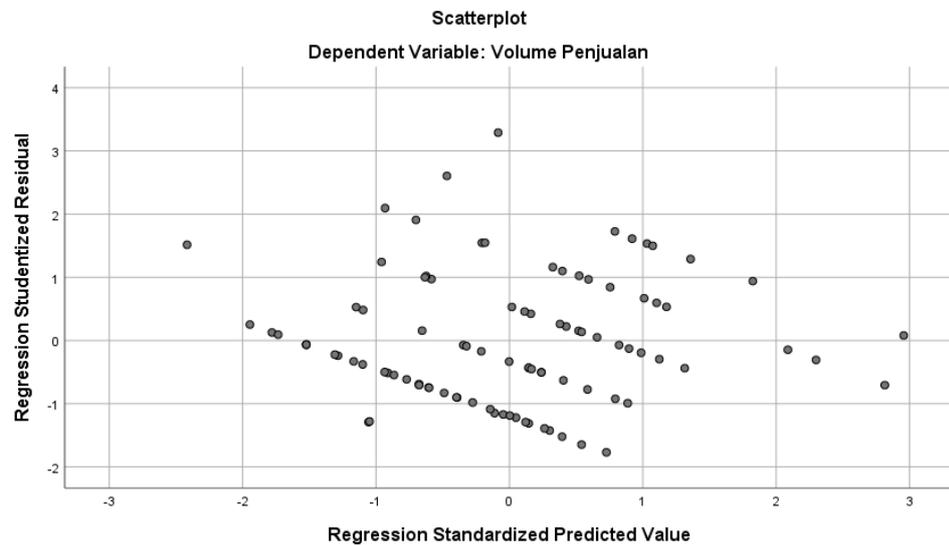
c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas merupakan salah satu uji dalam asumsi klasik untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual sebuah pengamatan dari suatu model regresi. Heterokedastisitas dapat terjadi jika suatu residual memiliki varian yang berbeda, sedangkan jika varian dari residual sama maka disebut sebagai homokedastisitas.⁷ Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heterokedastisitas dengan melihat pola titik pada Scatterplot dengan dasar pengambilan keputusan, jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka terjadi heterokedastisitas; dan jika tidak ada pola yang jelas atau pola menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁸

⁷Surya Eka Priyatna, *Analisis Statistik Sosial Rangkaian penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*, (Tk: Yayasan Kita Menulis, 2020), Hlm 57

⁸ Romie Priyastama, *The Book of SPSS Pengolahan & Analisis Data*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), Hlm 127

Gambar 4.5
Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Pada pola gambar scatterplot diatas menunjukkan titik-titik yang tersebar di atas maupun dibawah titik 0 pada sumbu Y, serta tidak menunjukkan adanya pola-pola yang teratur. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Sehingga dari seluruh uji asumsi klasik pada penelitian ini, mulai dari uji normalitas data, uji multikolinearitas, sampai dengan uji heterokedastisitas telah terpenuhi dengan baik.

3. Uji Regresi Linier Berganda 4 Prediktor

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan linier antar dua variabel atau lebih yakni variabel dependen dan independen. Salah satu tujuan dari analisis regresi linier berganda merupakan untuk mengetahui arah hubungan

ketika terjadinya suatu perubahan pada variabel independent terhadap variabel dependen. Hubungan pada variabel independen dan variabel dependen dapat berupa hubungan positif dan negatif. Pada penelitian ini menggunakan 4 variabel, sehingga metode analisis yang digunakan merupakan metode Analisis Regresi Linier Berganda 4 Prediktor, yang meliputi variabel Promosi (X1), Harga (X2), Variasi Produk (X3), dan Saluran Distribusi (X4), yang memiliki persamaan sebagai berikut:

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

Dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26 hasil penelitian yang diperoleh dari metode tersebut yakni sebagai berikut:

Tabel 4.17
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,329	2,959		,449	,654
	Promosi	,181	,075	,215	2,419	,018
	Harga	,221	,079	,248	2,788	,006
	Variasi Produk	,121	,060	,179	2,038	,045
	Saluran Distribusi	,320	,078	,361	4,088	,000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi dari data tersebut yakni:

$$Y = 1,329 + 0,181X_1 + 0,221X_2 + 0,121X_3 + 0,320X_4$$

Dimana,

Y : Volume Penjualan

X₁ : Promosi

X₂ : Harga

X₃ : Variasi Produk

X₄ : Saluran Distribusi

Keterangan:

- 1) Konstanta (α) 1,329, nilai konstanta pada tabel *coefficient* sebesar 1,329 menjelaskan bahwa jika seluruh variabel independen yakni promosi, harga, variasi produk serta saluran distribusi tidak ada atau keematnya bernilai 0, maka nilai Volume Penjualannya adalah sebesar 1,329 satuan. Atau jika variabel idependen dalam keadaan konstanta maka jumlah volume penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 1,329.
- 2) Koefisien regresi X₁ (Promosi) sebesar 0,181, menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel Promosi (X₁) sebesar satu satuan, maka dapat menyebabkan peningkatan terhadap Volume Penjualan sebesar 0,181 satuan.
- 3) Koefisien regresi X₂ (Harga) sebesar 0,221, menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada varabel Harga (X₂) sebesar satu satuan,

maka dapat menyebabkan peningkatan terhadap Volume Penjualan sebesar 0,221 satuan.

- 4) Koefisien regresi X3 (Variasi Produk) sebesar 0,121, menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel Variasi Produk (X3) sebesar satu satuan, maka dapat menyebabkan peningkatan terhadap Volume Penjualan sebesar 0,121 satuan.
- 5) Koefisien regresi X4 (Saluran Distribusi) sebesar 0,320, menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel Saluran Distribusi (X4) sebesar satu satuan, maka dapat menyebabkan peningkatan terhadap Volume Penjualan sebesar 0,320 satuan. Sehingga saluran distribusi memiliki pengaruh terbesar dalam mempengaruhi jumlah volume penjualan jika dibandingkan dengan ketiga variabel yakni variabel promosi, harga, dan variasi produk.

4. *Goodness of Fit*

a. Uji T

Uji t merupakan salah satu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan antara dua variabel yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).⁹ Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen dengan variabel dependen yakni dengan cara membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Jika

⁹Fathnur Sani K, *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), Hlm 97

$t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara variabel dependen dan variabel independent, hal ini berlaku sebaliknya apabila jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent dan juga variabel independen. Nilai $t\text{-tabel}$ dapat diperoleh dari perhitungan $df = n - k - 1$ dan $\alpha/2$, sehingga diperoleh $df = 95 - 4 - 1 = 90$ dan $0,05/2 = 0,025$, maka $t\text{-tabel}$ yang diperoleh dari penelitian ini bernilai 1,98667, dibulatkan tiga digit dibelakang koma menjadi 1,987. Selain dengan cara membandingkan antara $t\text{-hitung}$ dan $t\text{-tabel}$ juga dapat membandingkan tingkat nilai signifikansi dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen, dan sebaliknya jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen.

Tabel 4.18
Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,329	2,959		,449	0,654
	Promosi	0,181	0,075	0,215	2,419	0,018
	Harga	0,221	0,079	0,248	2,788	0,006
	Variasi Produk	0,121	0,060	0,179	2,038	0,045
	Saluran Distribusi	0,320	0,078	0,361	4,088	0,000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan dari perbandingan hasil tabel diatas dengan t-tabel hipotesis satu arah dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% dan nilai t-tabel sebesar 1,987, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Uji Hipotesis Pengaruh Promosi (X1) terhadap Volume Penjualan (Y)

Untuk menguji signifikansi variabel Promosi terhadap variabel Volume Penjualan pada usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Cmpurdat yakni sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Promosi dengan Volume Penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdat.

H1 : Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Promosi dengan Volume Penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdat.

Berdasarkan dari hasil analisis tabel di atas maka diketahui bahwa nilai t-hitung dari variabel Promosi (X1) sebesar $2,419 > 1,987$ (t-tabel), artinya variabel tersebut dinilai memiliki pengaruh terhadap Volume Penjualan. Sedangkan nilai signifikansi dari variabel Promosi (X1) adalah $0,018 < 0,05$ (taraf signifikansi), artinya pengaruh tersebut dianggap signifikan.

Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima artinya koefisien dari Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Selain itu juga menunjukkan bahwa hipotesis “Promosi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Usaha Pengrajin Batu Marmer di Desa Gamping Campurdarat” dinilai telah teruji.

2) Pengaruh Harga (X2) Terhadap Volume Penjualan (Y)

Untuk menguji signifikansi variabel Harga terhadap variabel Volume Penjualan pada usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Campurdarat yakni sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Hargs dengan Volume Penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat.

H1 :Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Harga dengan Volume Penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat.

Berdasarkan dari hasil analisis tabel di atas maka diketahui bahwa nilai t-hitung dari variabel Harga (X2) sebesar $2,788 > 1,987$ (t-tabel), artinya variabel tersebut dinilai memiliki pengaruh terhadap Volume Penjualan. Sedangkan nilai signifikansi dari variabel Harga(X1) adalah $0,006 < 0,05$ (taraf signifikansi), artinya pengaruh tersebut dianggap signifikan.

Dengan demikian maka H0 ditolak dan H2 diterima artinya koefisien dari Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Selain itu juga menunjukkan bahwa hipotesis “Harga secara parsial memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Volume Penjualan pada Usaha Pengrajin Batu Marmer di Desa Gamping Campurdarat” dinilai telah teruji.

3) Pengaruh Variasi Produk (X3) Terhadap Volume Penjualan (Y)

Untuk menguji signifikansi variabel Harga terhadap variabel Volume Penjualan pada usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Campurdarat yakni sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Variasi Produk dengan Volume Penjualan

pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat.

H1 :Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Variasi Produk dengan Volume Penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat.

Berdasarkan dari hasil analisis tabel di atas maka diketahui bahwa nilai t-hitung dari variabel Variasi Produk (X3) sebesar $2,038 > 1,987$ (t-tabel), artinya variabel tersebut dinilai memiliki pengaruh terhadap Volume Penjualan. Sedangkan nilai signifikansi dari variabel Variasi Produk (X3) adalah $0,045 < 0,05$ (taraf signifikansi), artinya pengaruh tersebut dianggap signifikan.

Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima artinya koefisien dari Variasi Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Selain itu juga menunjukkan bahwa hipotesis “Volume Penjualan secara parsial memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Volume Penjualan pada Usaha Pengrajin Batu Marmer di Desa Gamping Campurdarat” dinilai telah teruji.

4) Pengaruh Saluran Distribusi (X4) Terhadap Volume Penjualan (Y).

Untuk menguji signifikansi variabel Saluran Distribusi terhadap variabel Volume Penjualan pada usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Campurdarat yakni sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Saluran Distribusi dengan Volume Penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat.

H1 : Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Saluran Distribusi dengan Volume Penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat.

Berdasarkan dari hasil analisis tabel di atas maka diketahui bahwa nilai t-hitung dari variabel Saluran Disrtribusi (X4) sebesar $4,088 > 1,987$ (t-tabel), artinya variabel tersebut dinilai memiliki pengaruh terhadap Volume Penjualan. Sedangkan nilai signifikansi dari variabel Promosi (X1) adalah $0,000094 < 0,05$ (taraf signifikansi), artinya pengaruh tersebut dianggap signifikan.

Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima artinya koefisien dari Saluran Distribusi memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Selain itu juga menunjukkan bahwa hipotesis “Saluran distribusi secara parsial memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Volume

Penjualan pada Usaha Pengrajin Batu Marmer di Desa Gamping Campurdarat” dinilai telah teruji.

b. Uji F

Merupakan salah satu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Independen (Promosi, Harga, Variasi Produk dan Saluran Distribusi) terhadap Variabel dependen Y (Volume Penjualan) secara simultan atau bersama-sama. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan antara F-tabel dengan F-hitung, jika $F\text{-Hitung} > F\text{-tabel}$. F-tabel diperoleh dari hasil perhitungan $df1 = k$ (k adalah jumlah variabel bebas) = 4 (berarti kolom ke 4) dan $df2 = n-k-1 = 95-4-1 = 90$ (berarti baris ke 90), sehingga diperoleh F-tabel sebesar 2,47 dan nilai taraf signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05 ($\text{Sig} < 0,05$) maka variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent.

Berikut merupakan hasil uji F pada tabel 4.18:

Tabel 4. 19
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69,005	4	17,251	12,386	,000 ^b
	Residual	125,353	90	1,393		
	Total	194,358	94			
a. Dependent Variable: Volume Penjualan						
b. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Variasi Produk, Promosi, Harga						

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel di atas, menunjukkan F hitung yang diperoleh yakni sebesar 12,386 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan jika F hitung $12,386 > 2,47$ (F tabel). Sedangkan hasil signifikansinya lebih kecil dari pada taraf signifikansinya yakni ($\alpha = 0,05$). Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (Promosi, Harga, Variasi Produk, dan Saluran Distribusi) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh antara variabel promosi (X1), harga (X2), variasi produk (X3), serta saluran distribusi (X4) terhadap Volume Penjualan (Y) pada Usaha Pengrajin Batu Marmer di Desa Gamping Campurdarat.

Dengan demikian maka hipotesis “Promosi Promosi, Harga, Variasi Produk dan Saluran Penjualan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat” dinilai telah teruji.

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Independen (Promosi, Harga, Variasi Produk, dan Saluran Distribusi) terhadap variabel dependen (Volume Penjualan). Nilai koefisien determinasi berada pada rentang nilai antara 0 sampai dengan 1, yang mana jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati nilai satu maka pengaruh dari

keempat variabel independet akan semakin kuat. Dan sebaliknya jika koefisien determinasinya semakin mendekati angka 0 maka pengaruh dari keempat variabel dependen akan semakin lemah.

Tabel 4.20
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,596 ^a	0,355	0,326	1,180
a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Variasi Produk, Promosi, Harga				
b. Dependent Variable: Volume Penjualan				

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, nilai *R square* (Koefisien Determinasi) yang diperoleh adalah sebesar 0,355. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan Promosi, Harga, Variasi Produk, dan Saluran Distribusi, secara simultan atau bersama-sama terhadap Volume Penjualan pada Usaha Pengrajin Batu Marmer di Desa Gamping Campurdarat yakni sebesar 35,5%. Sementara itu besar pengaruh yang diberikan oleh variabel lain yakni sebesar 65,5% (100% - 35,5%).