

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Warung Pangkep Kabupaten Majene

Syamsuriaty¹, Reny Ruswanty², Syarifah Nadzifah³, Aqilah Achyat⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Ilmu Ekonomi Yapman Majene

¹syamsuriaty69@gmail.com, ²reny.ruswanty86@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh harga dan kualitas Terhadap Volume penjualan Pada Warung Pangkep Kabupaten Majene. Penelitian ini menggunakan pendekatan gabungan yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan memakai data primer sebagai acuan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah populasi yakni seluruh pelanggan warung pangkep, sementara Sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini tidak digunakan tehknik sampling karena sampel yang diteliti adalah keseluruhan dari populasi yang ada atau disebut dengan sensus. Karena keterbatasan waktu dan biaya Sehingga sampel dari penelitian ini Sejumlah 30 orang pelanggan pada warung pangkep kab. majene. Teknik pengumpulan data ini menggunakan angket yang terdiri dari 15 pernyataan dari jumlah keseluruhan. Teknik analisis data menggunakan teknik regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis secara uji simultan (uji F), uji parsial (uji t) dan kofisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji simultan (uji f) hitung sebesar 1,510 dengan taraf signifikansi 0,000 ($\text{sig } \hat{\alpha} < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variabel Volume Penjualan (Y).

Kata Kunci: *Harga; Kualitas Produk, Volume Penjualan*

PENDAHULUAN

Di dalam kehidupan manusia pasti akan mengalami perubahan, baik di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga berpengaruh terhadap pola perilaku persaingan bisnisnya. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. (Kotler 2000:9). Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti. Terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena

konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Bagi setiap perusahaan jasa perhotelan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut. Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap variabel-variabel tersebut maka perusahaan jasa perhotelan dapat menilai variabel mana yang belum sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dengan demikian dapat diketahui posisi relatif perusahaan di mata konsumen. Selanjutnya perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan tersebut sepanjang waktu karena sangat mungkin terjadi prioritas pasar mengalami perubahan. Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya. Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut dapat dengan memilih rumah makan yang indah dengan pelayanan yang mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di rumah makan yang cukup mewah itu. Di samping itu, adapula yang cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebihbaik memilih rumah makan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka. Selain pelayanan, harga juga merupakan variabel penting dalam pemasaran. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan Volume Penjualan pemasaran (Ferdinand, 2002:11). Faktor lokasi / tempat juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Menurut Jeni Raharjani (2005 : 5), strategi lokasi / tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya (Rumah Makan) di suatu kawasan / daerah yang dekat dengan keramaian dan aktiivitas masyarakat. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi / tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik rumah makan. Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Warung Pangkep Kabupaten Majene”**.

METODE

Metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang didapat sekaligus untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif merupakan sebuah analisis yang dijalankan untuk memberikan gambaran secara umum tentang objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang diteliti, khususnya mengenai pengaruh pengalaman kerja dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan. Analisis kuantitatif, Analisis data ini berdasarkan hasil perhitungan statistic (SPSS). Biasanya data penelitian ini adalah data kualitatif, akan tetapi, supaya dapat dianalisis menggunakan analisis statistik, maka data yang awalnya kualitatif tersebut diubah menjadi data kuantitatif. Sehingga hasil yang diperoleh yang digunakan

diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan yang tidak menyimpang dari kenyataan.

Populasi dan Sampel

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek /subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2013). Dalam penelitian ini, Populasi yang dimaksud oleh peneliti adalah seluruh konsumen di warung pangkep. sementara Sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini tidak digunakan tehknik sampling karena sampel yang diteliti adalah keseluruhan dari populasi yang ada atau disebut dengan sensus. Karena keterbatasan waktu dan biaya Sehingga sampel dari penelitian ini Sejumlah 30 orang pelanggan pada warung pangkep kab. majene.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Wawancara merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian; (2) Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup; (3) Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku, literatur, jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Data analysis

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dilakuan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5 persen dari degree of freedom (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung > r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila r hitung < r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2009). Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2009). Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan caraone shotatau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai CronbachAlpha > 0.60 (Nunnally dalam Ghozali, 2009).

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel terikatnya yaitu Volume Penjualan (Y).Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y = Variabel dependent (Volume Penjualan)

a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien garis regresi

X1, X2 = Variabel independen (Harga, Kualitas Produk)

e = error / variabel pengganggu

3. Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah

variabel X1, X2,(Harga, Kualitas Produk) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Volume penjualan) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2009). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah: Ho: Variabel-variabel bebas (Harga, Kualitas Produk) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Volume penjualan). Ha: Variabel-variabel bebas (Harga, Kualitas Produk) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

4. Uji Statistik F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependent. Dasar pengambilan keputusannya dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu: Apabila probabilitas signifikansi > 0.05, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

5. Koefisien Determinasi (R²)

Pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2009). Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (Harga, Kualitas Produk) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (Kinerja pegawai) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Prasyarat Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi berganda menggunakan bantuan program *SPSS for windows* dapat dilihat pada lampiran. secara lebih jelas hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	171	3,595		,047	,963
1 Harga	,535	,216	,429	2,480	,020
Kualitas Produk	,494	,214	,400	32,308	,029

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

γ = Volume Penjualan

α = Konstanta

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

b_1, b_2 = Koefisien arah regresi (koefisiendari X_1, X_2)

$$Y = 14,676 + 0,211x_1 + 0,074x_2 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Konstanta = 0,171 artinya Volume Penjualan bernilai sebesar 0,171 jika variabel Hargadan Kualitas Produk tidak ikut mempengaruhi Volume Penjualan, atau dengan kata lain jika semua variabel independen bernilai nol maka Volume Penjualan akan meningkat sebesar 0,171.
- Nilai koefisien regresi variabel bebas adalah 0,535, artinya jika variabel Harga ditingkatkan 1 satuan dan Kualitas Produk konstan maka akan menyebabkan peningkatan nilai variabel Volume Penjualan sebesar 0,535 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel Harga adalah 0,494, artinya jika variabel Kualitas Produk ditingkatkan 1 satuan dan Hargakonstan maka akan menyebabkan peningkatan nilai variabel Volume Penjualan sebesar 0,494 satuan.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam model regresi berpengaruh secara individu terhadap variabel terikat. Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Dengan menggunakan program SPSS 24,00 *for windows*, dilakukan pengujian signifikansi parameter individu, pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* ($\alpha = 5\%$).

3. Uji Parsial (Uji F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel Harga dan Kualitas produk yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Volume Penjual. Apabila analisis menggunakan uji F menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas produk secara simultan merupakan penjelas yang signifikansi terhadap variabel Kinerja Pegawai.

4. Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Analisis determinasi pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat persentase keeratan pengaruh variabel Harga dan Kualitas produk terhadap Volume Penjualan pada Warung Pangkep Kabupaten Majene. Berikut akan dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel : Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.723 ^a	.523	.494	1,442	.523	17,573	2	32	.000

a. Predictors: (Constant), BUDAYA_KERJA, KOMPENSASI

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial semua variabel Harga dan Kualitas produk berpengaruh terhadap variabel Volume Penjualan. Kedua variabel bebas menunjukkan hubungan yang signifikan dan bersifat positif artinya semakin tinggi Harga dan Kualitas produk maka mengakibatkan semakin tinggi pula Pegawai yang dihasilkan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Harga dan Kualitas produk terhadap Volume Penjualan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh

hasil analisis melalui uji statistik parsial (Uji t) dapat diketahui bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) dengan tingkat signifikansi $0,00 < (\alpha) = 0,05$. Hasil dari analisis regresi X_1 terhadap Y juga dapat diperoleh suatu persamaan regresi satu prediktor yaitu :

$$Y = 7,472 + 0,409X_1 \dots\dots\dots \text{Persamaan (1)}$$

Persamaan tersebut dapat diartikan, jika nilai X_1 (Harga) adalah sebesar nol, maka nilai Y (Volume Penjualan) adalah sebesar 7,472. Jika nilai X_1 (Harga) naik sebesar satu satuan maka nilai Y (Volume Penjualan) juga akan naik sebesar 0,409 satuan. Hal ini berarti semakin tinggi Harga yang dimiliki, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap Volume Penjualan.

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh hasil analisis melalui uji statistik parsial (Uji t) dapat diketahui bahwa variabel Kualitas produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) dengan tingkat signifikansi $0,02 < (\alpha) = 0,05$. Hasil dari analisis regresi X_2 terhadap Y juga dapat diperoleh suatu persamaan regresi satu prediktor yaitu

$$Y = 7,472 + 0,337X_2 \dots\dots\dots \text{Persamaan (2)}$$

Persamaan tersebut dapat diartikan, jika nilai X_2 (Kualitas produk) adalah sebesar nol, maka nilai Y (Volume Penjualan) adalah sebesar 7,472. Jika nilai X_2 (Kualitas produk) naik sebesar satu satuan maka nilai Y (Volume Penjualan) juga akan naik sebesar 0,337 satuan. Hal ini berarti semakin tinggi, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap Volume Penjualan pada Warung Pangkep Kabupaten Majene.

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan Harga dan Kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Volume Penjualan dengan nilai sebesar 0,00 dan lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$).

Berdasarkan Nilai koefisien determinasi antara Harga (X_1) dan Kualitas produk (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y) yaitu melalui (adjusted R²) sebesar 0,747. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel Harga dan Kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 74,7%. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Harga dan Kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Volume penjualan pada warung pangkep Kabupaten Majene.

Hasil pengujian penelitian ini sejalan dengan hasil dari pengujian penelitian terdahulu yang juga mendukung adanya hubungan yang positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas produk terhadap Volume penjualan yakni penelitian yang dilakukan Muhammad Galif (2018) yang juga meneliti variabel Harga dan Kualitas produk terhadap Prestasi Kerja pegawai yang memberikan hasil bahwa dengan tingginya Harga dan Kualitas produk yang dimiliki pegawai, hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya Volume penjualani.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan: (1) Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada warung pangkep Kabupaten Majene; (2) Variabel Kualitas produk berpengaruh terhadap Volume penjualan pada warung pangkep Kabupaten Majene; (3) Variabel Harga lebih dominan berpengaruh terhadap Volume penjualan pada warung pangkep Kabupaten Majene.

REFERENSI

- (1) Arianto (2008), Pengertian insentif, Medan: JayaPurna.
- (2) Admodiworjo (2009), Manajemen Sumber Daya, Bandung: Pustaka Raya.
- (3) Darmini (2010), Pengaruh Profesionalisme pegawai dan Pengalaman bekerja Terhadap Kinerja pada pegawai. Jurnal Departemen Pendidikan Nasional, Surakarta: Pusat Bahasa Jakarta.
- (4) Eliyanto dan Udik Budi Wiowo (2010), Pengaruh Jenjang pelatihan dan pendidikan tenaga kerja guru, Jakarta: Rosdakarya.
- (5) Eliyanto dan Udik Budi Wiowo (2010), Pengaruh Jenjang Pendidikan, pelatihan dan Pengalaman Mengajar Terhadap Profesionalisme Guru Jurnal: Kebumen.
- (6) Edi sutrisno (2012), Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Kencana Karya.
- (7) Fitria dan Finadiaul (2010), Pengaruh Tingkat Pendidikan dan pengalaman Mengajar Terhadap Kompetensi Guru Tulungagung:
- (8) Ghozali.(2009). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- (9) Hadi dan Sutrisna (2010), Analisis Regresi, Yogyakarta: Andi Offset.
- (10) Husnan (2010), Pengantar Pendidikan, Bandung: Alfabeta.
- (11) Kunandar (2010), Guru Profesional Implementasi Kurikulum Tingkat satuan Pendidikan, Jakarta: Rajawali Pers.
- (12) Nurdin dan Syafruddin (2009), Guru profesional dan Implementasi Kurikulum Jakarta: Gresik.
- (13) Prabu Mangkunegara A. Anwar (2010), Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung: Cahaya Pustaka.
- (14) Sedarmayanti (2009), Sumber Daya Manusia dan Produktifitas kerja, Bandung: Mandar maju.
- (15) Sugiono (2009), Manajemen Sumber daya Manusia, Malang: Rineka Cipta