
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN DI CV. AGRI GLOBAL PRIMA BATAM TAHUN 2021**Mustika Ratnasari¹, Muh Iqbal Yusuf Conoras², Chris Triwinasis³**Email : tikasacika99@gmail.com, iqbalyusuf99@gmail.com, bungchris2011@gmail.com^{1,2,3}STIE Nagoya Indonesia, Indonesia

Kata Kunci	Abstrak
Kualitas Produk, Harga, Penjualan	Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan, banyak cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan tersebut, salah satunya dengan cara meningkatkan penjualan, begitu juga dengan CV. Agri Global Prima yang berada di kota Batam yang ingin penjualannya terus meningkat. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap penjualan secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen CV. Agri Global Prima di kota Batam. Sampel yang digunakan sebanyak 213 responden. Pengujian dilakukan dengan tiga tahap yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,95 atau 95% dan sisanya 5% dipengaruhi oleh variabel lain. Baik pengujian secara parsial maupun pengujian secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan. CV. Agri Global Prima sebaiknya benar benar memperhatikan kualitas produk dan harga, karena kedua variabel tersebut sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Keywords	Abstract
<i>Quality of Products , Prices, Sales</i>	<i>Every company has a goal to get profits, many ways that can be done by these companies, one of the way by increase the sale, so CV. AGRI GLOBAL RIMA located in the city of Batam who want increase His Sale. The study was made to analyze the effect of product quality and price of the sale of partial and simultaneous. This study uses multiple linear regression analysis. The data used are primary data by distributing questionnaires directly to consumers CV. AGRI GLOBAL RIMA City. The Research Uses 213 response. The Tests carried out in three stages, namely the validity and reliability, the classic assumption test and test hypotheses. The results showed that the coefficient of determination (R^2) of 0.95 or 95 % and the remaining 5 % is influenced by other variables. Testing either partially or simultaneous testing of product quality and significant effect on the sales price. CV. AGRI GLOBAL RIMA should really pay attention to product quality and price, because the two variables are highly influential on the increase in sales.</i>

A. Pendahuluan

Telah disepakatinya perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau istilah lainnya ASEAN Economic Community (AEC) yang menurut rencananya akan dimulai pada tahun 2015. Jika ingin tetap bisa bersaing, Indonesia harus berbenah. Sebab daya saing beberapa sektor industri utama kita masih kalah dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya. Hal ini juga memaksa para pelaku bisnis distributor Indonesia untuk siap dan berani bersaing menghadapi produk-produk asing yang akan masuk ke pasar Indonesia. Perkembangan bisnis distributor di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan keragaman, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian.

Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan, sehingga memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam menghadapi persaingan dunia yang semakin ketat menuntut adanya strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Terlebih lagi Indonesia dikenal dengan dunia panganya sehingga keragaman produk yang diperjual belikan pun tersedia dalam berbagai jenis. Karena pangan merupakan kebutuhan manusia yang utama, maka usaha di bidang distributor pun banyak yang bermunculan, sehingga membuat persaingan di dunia distributor semakin tinggi, dan para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran yang akan digunakannya untuk menghadapi persaingan yang ada saat ini.

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran (*marketing*).

Pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi *stakeholder* (pelanggan, karyawan dan pemegang saham). Hasan (2014:2) CV. Agri global prima merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang distributor, dimana usaha tersebut sudah berdiri sejak tahun 2016. Awalnya hanya memiliki satu cabang yang berlokasi di Komp. Union Industrial Park Blok J No 7 Batu ampar perkembangan perusahaan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini ditunjukkan pada tahun 2018 CV. Agri Global Prima telah membuka cabang di kota surabaya. Hal itu dikarenakan beberapa pendukung antara lain kualitas produk, kemasan, keragaman produk dan sebagainya. Namun demikian banyaknya pesaing yang sekelas seperti PT. Niaga Utama Sarana Pangan serta kompetitor seperti PT. Harco Arta Sentosa membuat konsumen terbagi-bagi CV. Agri Global Prima juga memiliki harga yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan kompetitor pada umumnya. Hal itu tentu dapat menimbulkan masalah dalam penjualan mengingat banyaknya produk sejenis yang memiliki harga lebih murah yang tersebar dipasaran dan pada akhirnya berdampak pada penjualan. Penelitian yang dilakukan Iranita Akhirman dan Lia (2013) yang melakukan penelitian dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan

konsumen terhadap hasil penjualan karet alam Sumatera Barat. Karet alam adalah salah satu komoditas potensial ekspor Indonesia seiring dengan meningkatnya kebutuhan karet dari Industri dunia. Industri pengolahan karet alam di Indonesia khususnya untuk Sumatera Barat telah meraih dan meningkatkan hasil penjualannya melalui penyediaan kualitas terbaik karet alam yang sesuai dengan standar karet Internasional, memberikan pelayanan yang baik dan kepuasan yang tinggi dalam menjaga dan mempertahankan konsumen agar tidak beralih kepesaing lain. Dalam perdagangan karet Internasional, konsumen mempunyai pilihan yang bervariasi sehingga banyak industri karet dunia melakukan konsep-konsep pemasaran yang dibutuhkan untuk dapat bersaing dengan industri lainnya.

Tipe penelitiannya adalah kuantitatif, sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Penelitian ini juga menggunakan metode sensus dengan sensus eksplanatori (*explanatory census*). Dari analisis regresi linear diperoleh koefisien regresi X1 (Kualitas produk), X2 (Kualitas pelayanan) dan X3 (Kepuasan Konsumen) memiliki tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen akan meningkatkan hasil penjualan.

B. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016;7) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan pada populasi atau sampel tertentu, Filsafat positivisme memandang fenomena/ gejala/ realitas itu dapat diklasifikasikan, teramati, konkrit, terukur, dan hubungan gejala sebab akibat. Metode penelitian kuantitatif menggunakan filsafat positivisme untuk mengkaji hal-hal yang ditemui dilapangan, sebelum melakukan penelitian kasus yang akan diteliti terlebih dahulu digolongkan, sehingga dalam proses selanjutnya peneliti tinggal melakukan riset dengan mengedepankan alur yang tepat. Penelitian ini menggunakan data yang terukur, menggunakan metode (alat uji) statistik untuk penghitungan data yang akan menghasilkan suatu kesimpulan.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan jenis dan sumber data meliputi data primer dan data sekunder.

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:121) uji validitas adalah : “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Menurut Sugiyono (2012) uji reliabel merupakan “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur instrumen yang sama akan menghasilkan data yang sama”.

2) Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui, menguji serta memastikan kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, dimana variabel tersebut terdistribusi secara normal, bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur

berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Uji normalitas dilengkapi dengan uji statistik menggunakan Jika angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov > 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.

1. Jika angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.
2. Uji Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 0,05 (5%).

b) Uji Multikolonieritas

Pendeteksian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinearitas tinggi (Sanusi, 2011;179).

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini diuji melalui nilai tolerance dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya (Ghozali, 2001). Dalam pengertian sederhana, setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan di regres terhadap variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Menurut Ghozali (2001), nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,1 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,1 disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 maka disimpulkan terjadi multikolinearitas di antara variabel bebas. Jika nilai VIF lebih tinggi dari 10, data disimpulkan memiliki multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih rendah dari 10, data disimpulkan tidak memiliki multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik scatterplot. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik scatter plot:

1. Jika terdapat pola tertentu pada grafik scatter plot, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas

Analisis data adalah penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah di interpretasikan, jumlah sampel yang berjumlah 213 responden dapat diolah dengan bantuan komputer melalui program SPSS 20.0 *for Windows*,

Namun apabila dengan uji scater plot masih terdapat pola penyebaran yang terlihat memebentuk suatu keteraturan maka agar lebih meyakinkan, maka di gunakan alat uji tambahan yakni dengan metode Gleiser.

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan Metode Gleiser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing

variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Metode analisis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk dan harga) dan variabel terikat (penjualan) akan digunakan metode analisis regresi berganda. Dalam perhitungan regresi berganda menggunakan perangkat lunak yaitu SPSS versi 20

2) Uji Hipotesis Uji t (Parsial)

Tujuan dilakukannya Uji t adalah untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara individu variabel independen terhadap variabel dependen, dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu kualitas produk dan harga. Pengujian dapat dilihat jika :

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima.

$t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 ditolak.

Nilai Prob $\geq \alpha = 0,05$; maka H_0 diterima.

Nilai Prob $< \alpha = 0,05$; maka H_0 ditolak.

Untuk memberikan gambaran mengenai hipotesis yang akan diuji berikut ini adalah hipotesisnya :

H1 : Diduga Terdapat Pengaruh kualitas produk Terhadap penjualan.

H2 : Diduga Terdapat Pengaruh harga Terhadap penjualan

H3 : Diduga Terdapat Pengaruh kualitas produk dan harga Terhadap penjualan

3) Uji F

Uji model dilakukan dengan menggunakan nilai F , namun sebelumnya dilakukan perhitungan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel kualitas produk dan harga terhadap penjualan.

Hipotesis statistik dinyatakan untuk melihat pengaruh secara simultan

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ [5%; $df = k; n - (k + 1)$] maka H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$ [5%; $df = k; n - (k + 1)$] maka H_0 ditolak maka H_0 diterima.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Menentukan koefisien determinan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

1) Analisis Kualitatif

Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru karena popularitasnya belum lama dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan dilapangan. (Sugiyono 2016:7)

2) Analisis Kuantitatif

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau

empiris,obyektif,terukur,rasional,dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery ,karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic (Sugiyono 2016:7).

C. Hasil dan Pembahasan

1) Hasil Penelitian

a) Uji Kualitas Data

Sebelum dilakukan uji asumsi klasik, terlebih dahulu dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh dengan uji validitas dan reliabilitas, dengan tujuan untuk mengetahui ketepatan alat ukur dalam mengukur objek yang diteliti.

b) Pengujian Validitas

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Syarat minimal untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika $r > 0,138$. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,138 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Variabel	r hitung	r table	Keterangan
X11	0,961	0,138	Valid
X12	0,967	0,138	Valid
X13	0,964	0,138	Valid
X14	0,960	0,138	Valid
X15	0,964	0,138	Valid
X16	0,966	0,138	Valid
X17	0,965	0,138	Valid
X18	0,961	0,138	Valid
X19	0,962	0,138	Valid
X110	0,965	0,138	Valid

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga (X2)

Variabel	r hitung	r table	Keterangan
X211	0,533	0,138	Valid
X212	0,518	0,138	Valid
X213	0,519	0,138	Valid
X214	0,513	0,138	Valid
X215	0,564	0,138	Valid
X216	0,587	0,138	Valid
X217	0,571	0,138	Valid

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Variabel Penjualan (Y)

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Y18	0,956	0,138	Valid
Y19	0,957	0,138	Valid
Y20	0,958	0,138	Valid
Y21	0,967	0,138	Valid
Y22	0,962	0,138	Valid
Y23	0,959	0,138	Valid
Y24	0,956	0,138	Valid

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh keterangan bahwa dari 10 butir pernyataan untuk variabel Kualitas Produk (X₁), 7 butir pernyataan untuk variabel Harga (X₂) dan 7 butir pernyataan untuk variabel Penjualan (Y), dapat dilihat bahwa keseluruhan item dinyatakan valid atau dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data karena r_{hitung} semua butir pernyataan untuk variabel kualitas produk, harga dan penjualan lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat digunakan untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

Pengujian Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas, selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas. Suatu instrumen dikatakan reliabel bila digunakan untuk mengukur berkali-kali menghasilkan data yang sama. Untuk pengujian reliabilitas digunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* > 0,06.

Variabel	Alpha Cronbach's	Standar Keteria	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,967	<i>Alpha Cronbach</i> >0,06=Reliabel	Reliabel
Harga (X2)	0,583		Reliabel
Penjualan (Y)	0,965		Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas untuk variabel X₁, diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar ,967 Skor tersebut lebih besar dari 0,06 sehingga item pernyataan untuk variabel X₁ dapat dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas untuk variabel X₂, diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar ,583 Skor tersebut lebih besar dari 0,06 sehingga item pernyataan untuk variabel X₂ dapat dinyatakan reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Y, diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar ,965 Skor tersebut lebih besar dari 0,06 sehingga item pernyataan untuk variabel Y dapat dinyatakan reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan dapat disimpulkan baik variabel Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂) dan Penjualan (Y) dapat dinyatakan reliabel, artinya bila digunakan untuk mengukur berkali-kali menghasilkan data yang sama. Sehingga dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda, sehingga harus dilakukan pengujian asumsi klasik. Tujuannya adalah untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran asumsi residu (*error terms*). Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

a) Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2012), statistik parametris mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal maka sebelum pengujian hipotesis dilakukan terlebih dahulu pengujian normalitas data. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *kolmogorof smirnov* (KS). Jika nilai (sig.) pada tabel *kolmogorof smirnov* (KS) > 0,05 maka residual terdistribusi secara normal.

Dari hasil pengujian normalitas, diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov adalah sebesar 0,33 Sedangkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test adalah lebih besar daripada 0,05 (0,33 > 0,05). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa residual terdistribusi secara normal.

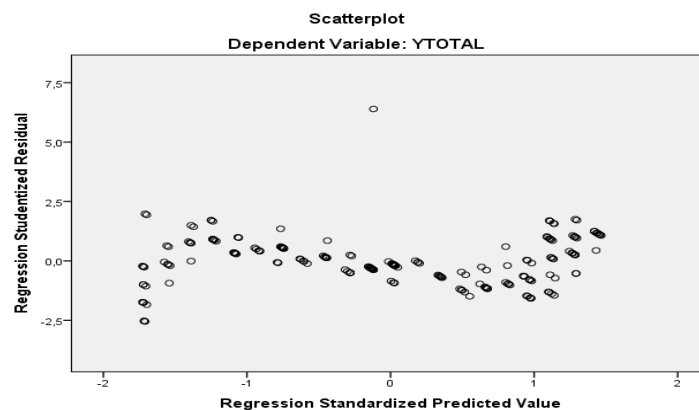
b) Uji Multikolinearitas

Pendeteksian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10, terdapat nilai gejala multikolinearitas yang tinggi.

Berdasarkan pengujian gejala multikolinearitas, diketahui bahwa nilai VIF pada variabel kualitas Produk sebesar 1,000 dan variabel harga sebesar 1,000 Dimana nilai VIF dari kedua variabel lebih kecil daripada 10. Dengan demikian model terbebas dari gejala multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

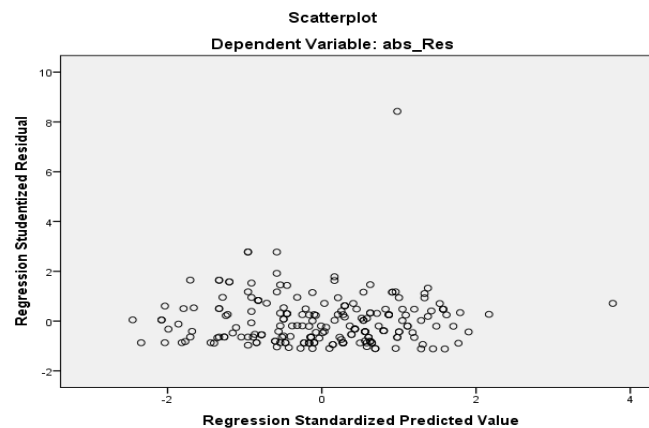
Berdasarkan pengujian gejala heteroskedastisitas, diketahui bahwa nilai probabilitas (Sig.) pada variabel kualitas produk adalah lebih besar daripada $\alpha = 0,05$ (0,000 > 0,05). Nilai probabilitas (Sig.) pada variabel harga juga lebih besar daripada $\alpha = 0,05$ (0,408 > 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda bebas dari gejala heteroskedastisitas.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan di atas angka nol pada sumbu grafik scatterplot, dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Akan tetapi masih ditemukan bentuk penyebaran data yang bersifat Bergelombang secara teratur maka untuk lebih meyakinkan saya tambahkan dengan uji Glejser sebagai berikut :

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (sig) untuk variabel Kualitas Produk (X_1) adalah $0,696 > 0,05$, nilai signifikansi (sig) variabel Harga (X_2) adalah $0,182 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa semua model regresi nilai signifikansi (sig) $> 0,05$ dan terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2. Uji Glejser Pola Scatterplot

Dengan menggunakan uji glejser pola scatterplot tidak membentuk pola linear tertentu dan lebih menyebar luas di bawah dan di atas angka nol pada sumbu grafik scatterplot dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan Penjualan (Y) pada CV. Agri Globa Prima Batam dengan menggunakan *SPSS*, dengan menggunakan persamaan Y .

Maka dibawah hasil uji regresi linier berganda. diperoleh hasil sebagai berikut:
 $Y = 7,585 + 0,803 \text{ Kualitas Produk} + 0,030$

Harga regresi tersebut memiliki makna, sebagai berikut menunjukkan bahwa setiap kenaikan pengalaman sebesar 1%, sementara pengetahuan, dan kemampuan dianggap konstan maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,211. Jika semakin besar tingkat pengalaman kerja maka semakin meningkat pula kinerja karyawan.

1. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta mempunyai arah koefisien regresi positif yaitu sebesar 7,585 artinya jika kualitas poduk, dan harga yang dijalankan mengalami kenaikan sebesar 1% maka penjualan mengalami kenaikan sebesar 7,585.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linier berganda

koefisien X_1 (kualitas produk) bernilai positif sebesar 0,803 artinya menunjukkan bahwa setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1%, sementara pengetahuan, dan kemampuan dianggap konstan maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0,803. Jika semakin besar tingkat kualitas produk maka semakin meningkat pula penjualan.

3. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linier berganda koefisien X_2 (harga) bernilai positif sebesar 0,030 artinya menunjukkan jika harga mengalami peningkatan sebesar 1%, sementara harga dan kualitas produk dianggap konstan maka akan menyebabkan kenaikan penjualan sebesar 0,030. Jika semakin besar tingkat kualitas produk semakin tinggi pula penjualan.

b) Pengujian individual (Uji t)

Uji t ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), berpengaruh secara parsial terhadap Penjualan (Y). Jika $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima, yaitu variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} = H_1$ diterima dan H_0 ditolak, yaitu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Adapun hasil hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel sebagai berikut: dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,092	,800		-,115	,909
X1TOTAL	,004	,010	,027	,391	,696
X2TOTAL	,032	,024	,092	1,339	,182

a. Dependent Variable: abs_Res

Rumusan Hipotesis 95% = 0,05 Uji t = $t(\alpha/2; n - k - 1) = (0,05/2; 213 - 2) = 211 = 3,080$.

Berdasarkan tabel uji t di atas, diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel kualitas produk adalah lebih besar dari t tabel [$n - k - 1$], ($55,576 > 1,653$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dari H_0 1 ditolak, maka ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap penjualan. Dan bila dilihat dari probabilitasnya (Sig.), kualitas produk memiliki nilai probabilitas sebesar 0,696. Hal ini juga telah menjelaskan bahwa $0,000 < 0,05$, maka H_0 1 ditolak. Begitu juga dengan t hitung pada variabel harga adalah lebih besar dari t tabel [$n - k - 1$], ($55,576 > 1,653$), hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dari H_0 2 ditolak, maka ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap penjualan. Dan bila dilihat dari probabilitasnya (Sig.), kualitas produk memiliki nilai probabilitas sebesar 0,408 $< 0,05$. Jadi bila diuji dengan uji t (secara parsial), maka masing-masing variabel independen memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen.

c) Uji kecocokan model (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh secara simultan dilakukan pengujian hipotesis secara bersama-sama simultan dengan kriteria Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen. Dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen. Berikut ini adalah tabel hasil Uji F:

Tabel 5. Uji kecocokan model (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,528	2	,764		,380 ^b
	Residual	164,909	210	,785	,973	
	Total	166,436	212			

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, diketahui bahwa nilai F hitung pada tabel anova lebih besar dari F tabel ($1544,661 > 3,00$). Atau dapat juga dengan melihat nilai (Sig.) yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil hipotesis dan pembahasan yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS, maka dapat disimpulkan bahwa pada hipotesis 1 (H1) penulis membuat dugaan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada CV. Agri Global Prima. Dan hasil yang didapat pada uji t diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,967 Skor tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga menjelaskan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) pada CV. Agri Global Prima batam.

Pada hipotesis 2 (H2) penulis menduga bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada CV. Agri Global Prima. Dan hasil dari uji t diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar , 583 Skor tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga menjelaskan bahwa harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) pada CV. Agri Global Prima.

Pada hipotesis 3 (H3) penulis membuat dugaan bahwa kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada CV. Agri global Prima Batam. diketahui bahwa nilai F hitung pada tabel anova lebih besar dari F tabel ($1544,661 > 3,00$). Atau dapat juga dengan melihat nilai (Sig.) yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil pada uji F menjelaskan bahwa kualitas produk (X1), harga (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap penjualan (Y) CV. Agri global Prima. Hal ini disebabkan karena CV. Agri global Prima penjualannya sudah memiliki kualitas produk, dan harga yang baik. Karena semakin tinggi kualitas produk akan semakin meningkat penjualan.

E. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada pihak kampus STIE Nagoya Indonesia dan pihak CV. Agri Global Prima yang sudah banyak membantu dalam penelitian.

F. Referensi

- Hasan, Ali.(2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Cetakan Pertama. Jakarta. Penerbit: CAPS (Center for Academic publishing Service).
- Hasan, M. Iqbal.(2001). *POKOK-POKOK MATERI STATISTIK 2 (Statistik Inferensif)*. Edisi Kedua. Jakarta. Penerbit : PT. Bumi Aksara
- Heizer, J. Dan Render, B. (2008). *Operation Management*. 9th Edition. United States. Prentice Hall, Inc.
- Kartajaya, Hermawan. (2006). *Hermawan kartajaya on segmentation : Seri 9 Elemen Marketing*, Bandung. Mizan Pustaka.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua,PT.Indeks,Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2008). *A framework for Marketing Management*.FourthEdition, Pearson International Edition, New Jersey.
- Kotler dan Armstrong, G. (2010). *Marketing anIntroduction*. , Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, & Keller. (2009). *Marketing Management,13th edition*, Pearson Prentice Hall. Penerbit: Erlangga.Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa*. salemba Empat. Jakarta.
- Noor, Juliansyah.(2011). *Metodologi penelitian*. Cetakan kedua. Jakarta. Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Jakarta.Penerbit : Salemba Empat.
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung. Penerbit : CV.Alfabeta.