



## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPATU PADA CV BINTANG TIMUR SERPONG TANGERANG SELATAN

<sup>1</sup>Elizabeth Tika Kristina Hartuti, <sup>2</sup>Budhi Prabowo

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[1\\*dosen01503@unpam.ac.id](mailto:dosen01503@unpam.ac.id), [2dosen02034@unpam.ac.id](mailto:dosen02034@unpam.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh antara harga terhadap volume penjualan, kualitas produk terhadap volume penjualan, harga dan kualitas produk terhadap volume penjualan sepatu pada CV. Bintang Timur Serpong Tangerang Selatan. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kuantitatif dan penyebaran angket (kuisisioner) terkait variabel volume penjualan kepada 97 responden yang merupakan konsumen sepatu pada CV Bintang Timur. Penolahan data menggunakan SPSS versi 25. Metode analisis yang dipakai adalah Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelitas) Uji Regresi Linear Sederhana, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Korelasi, Uji Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji f. Terdapat pengaruh antara Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Volume Penjualan ( $Y$ ) ( $P$ -value  $0,000 < 0,05$ ) - Tolak  $H_0$ . Dari tabel 4.28 diatas menunjukkan nilai signifikansi adalah 0,000 yang bernilai kurang dari  $\alpha = 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $42,574 > 3,09$  diperoleh dengan cara melihat  $F$  tabel dengan  $df = n - k - 1$  ( $97-2-1=96$ ) pada taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap Volume Penjualan ( $Y$ ).

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

### Abstract

*This research aims to determine the influence of price on sales volume, product quality on sales volume, price and product quality on shoe sales volume at CV. Bintang Timur Serpong, South Tangerang. The research method used was descriptive quantitative and distributed questionnaires related to sales volume variables to 97 respondents who were shoe consumers at CV Bintang Timur. Data processing uses SPSS version 25. The analysis methods used are Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test (Normality Test, Multicollinearity Test, Autocorrelation Test) Simple Linear Regression Test, Multiple Linear Regression Test, Correlation Coefficient Test, Determination Coefficient Test t and f Test. There is an influence between Price ( $X_1$ ) and Product Quality ( $X_2$ ) on Sales Volume ( $Y$ ) ( $P$ -value  $0.000 < 0.05$ ) - Reject  $H_0$ . From table 4.28 above, it shows that the significance value is 0.000, which is less than  $\alpha = 0.05$  or  $0.000 < 0.05$ , and the calculated  $f$  value  $> f$  table, namely  $42.574 > 3.09$ , is obtained by looking at the  $F$  table with  $df = n - k - 1$  ( $97-2-1=96$ ) at a significance level of 0.05. So it can be concluded that there is an influence between Price ( $X_1$ ) and Product Quality ( $X_2$ ) together on Sales Volume ( $Y$ ).*

**Keywords:** Influence of Price, Product Quality, Sales Volume

### PENDAHULUAN

Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh setiap organisasi seperti memproduksi barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyampaikan produk ke konsumen atau klien selalu dilakukan oleh organisasi baik bisnis maupun non bisnis.

Setiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda dalam hal memasarkan produk, harga dan kualitas produk menjadi penyeimbang agar bisa menarik konsumen yang pada akhirnya nanti konsumen dapat terpuaskan terhadap produk yang digunakan. Dengan adanya pemasaran tersebut maka konsumen akan mengenal

produk yang ditawarkan oleh suatu pemasaran.

Perusahaan-perusahaan saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan harus berorientasi ke pemasaran, bukan hanya berfokus pada produk saja. Dengan pelayanan dan harga diharapkan dapat mendapatkan respon yang baik dari konsumen. Dan respon yang terakhir yang sangat diharapkan dari konsumen pembelian, rasa memuaskan, dan diharapkan konsumen tersebut dapat menyebarkan mutu dari pelayanan dan harga produk tersebut kepada konsumen yang lainnya. Dan akhirnya membuat konsumen akan menambah profit atau penjualan. Bisnis *fashion* memang takkan pernah ada matinya. Beragam model muncul tiap tahunnya yang membuat pangsa pasar selalu bergairah, termasuk juga model-model untuk alas kaki (sepatu dan sandal). Di Indonesia, ada puluhan industry menengah dan pengrajin kecil merilis usaha sepatu salah satunya CV. Bintang Timur Serpong Tangerang Selatan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi tekstil sepatu.

CV. Bintang Timur Serpong Tangerang Selatan sebagai perusahaan distributor sepatu masih belum memaksimalkan penjualan karena beberapa faktor seperti peraturan-peraturan, sasaran-sasaran penjualan, dan tata kelola yang belum dimaksimalkan sehingga menjadi masalah pada tingkat penjualan produknya. Karena kebijakan manajemen dalam perencanaan harus memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan produk atau barang/jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut seperti trend penjualan, harga produk, disertifikasi

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Analisis Deskriptif**

Pada pengujian ini digunakan

produk kualitas produk, dan desain produk yang perlu dimaksimalkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) Dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran harga yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Harga juga berpengaruh terhadap penjualan dalam suatu bisnis misalnya harga bahan baku meningkat maka harga produk yang berkaitan juga meningkat, hal ini mengakibatkan konsumen sangat memperhatikan harga beli. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin ketat. Dalam keadaan persainan saat ini sangat terasa bagi para konsumen bila mendapat perbandingan harga yang ada pada pasar saat ini.

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2018:8) penelitian kuantitatif adalah: "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dan sampel dalam penelitian berjumlah 97 responden.

untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga (X1)	97	31	48	37.84	4.054
Kualitas produk (X2)	97	27	46	38.20	3.682
Volume Penjualan (Y)	97	32	46	38.79	3.580
Valid N (listwise)	97				

Harga diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 48 dengan *mean score* sebesar 3,784 dengan standar deviasi 4,054.

Kualitas produk diperoleh *varians* minimum sebesar 27 dan *varians*

*maximum* 46 dengan *mean score* sebesar 3,828 dengan standar deviasi 3,682.

Volume Penjualan diperoleh *varians* minimum sebesar 32 dan *varians maximum* 46 dengan *mean score* sebesar 3,879 dengan standar deviasi 3,580.

## 2. Analisis Kuantitatif

Tabel 2. Hasil Dari Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Variabel Volume Penjualan (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.076	2.681		4.131	.000
	Harga	.623	.083	.612	7.535	.000

a. Dependent Variable: Volume penjualan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, (2023)

Untuk persamaan Y dari penelitian ini dapat dilihat dari kolom *Unstandardized Coefficient B*. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa:

$$Y = 11,076 + 0,623 X_1$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai kostanta intersep sebesar 11,076, merupakan konstantan (a)

Tabel 3. Hasil Dari Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Variabel Volume Penjualan (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.148	3.123		1.969	.052
	Kualitas produk	.590	.073	.636	8.037	.000

a. Dependent Variable: Volume penjualan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, (2023)

Untuk persamaan Y dari penelitian ini dapat dilihat dari kolom *Unstandardized Coefficient B*. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa:

$$Y = 6,148 + 0,590 X_2$$

menyatakan bahwa kalau  $X+0$ , maka nilai  $Y=11,076$

b. Nilai koefisien regresi variabel Harga (X<sub>1</sub>) terhadap volume penjualan ada sebesar 0,623. Hal ini jika Harga naik 1 satuan maka akan meningkatkan peningkatan penjualan sebesar 0,623.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

c. Nilai kostanta intersep sebesar 6,148, merupakan konstantan (a) menyatakan bahwa kalau  $X+0$ , maka nilai  $Y=6,148$

d. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas produk (X<sub>2</sub>) terhadap

volume penjualan ada sebesar 0,590. Hal ini jika kualitas produk naik 1 satuan maka akan meningkatkan peningkatan penjualan sebesar 0,590.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data regresi linier berganda, maka hasilnya secara lengkap disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Dari Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.528	3.038		1.161	.249		
	Harga	.352	.099	.346	3.555	.001	.589	1.697
	Kualitas produk	.384	.090	.414	4.258	.000	.589	1.697

Sumber : Hasil pengolahan Data SPSS (2023)

Untuk persamaan Y dari penelitian ini dapat dilihat dari kolom *Unstandardized Coefficient B*. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa

$$Y = 3,528 + 0,352 X_1 + 0,384 X_2$$

Persamaan regresi diatas mempunyai arti :

- a. Nilai *Constant* sebesar (3,528), artinya Volume Penjualan dipengaruhi oleh Harga dan Kualitas Produk sebesar 3,528.
- b. Pengaruh Antar Variabel
  - 1) Pengaruh variabel Harga terhadap Volume Penjualan adalah positif. Artinya semakin baik harga, maka volume penjualan akan meningkat sebesar 0,352.
  - 2) Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan adalah positif. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan, maka volume penjualan akan meningkat sebesar 0,384.

### 4. Analisis Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil analisis koefisien korelasi dari penelitian ini, yaitu:

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Volume Penjualan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 <sup>a</sup>	.374	.367	3.94222

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25

Dari tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,612, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X<sub>1</sub>) secara parsial memiliki tingkat kekuatan hubungan yang **cukup kuat** terhadap Volume Penjualan (Y).

Tabel 6. Hasil Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Volume Penjualan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 <sup>a</sup>	.405	.398	3.84436

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk  
Sumber : Hasil pengolahan data SPSS (2023)

Dari tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,636, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) secara parsial memiliki tingkat kekuatan hubungan yang **cukup kuat** terhadap Volume Penjualan (Y).

### 5. Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah dimaksudkan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun secara simultan. Dalam analisis ini digunakan rumus:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Adapun hasil analisisnya yang dihitung menggunakan *software system SPSS versi 25* sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Volume Penjualan (Y)  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 <sup>a</sup>	.374	.367	3.94222

Predictors: (Constant), Harga

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil uji pada tabel diatas sebesar 0,374, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X<sub>1</sub>) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Volume Penjualan (Y) sebesar 37,4%.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Volume Penjualan (Y)  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 <sup>a</sup>	.405	.398	3.84436

Predictors: (Constant), Kualitas produk  
Sumber : Hasil pengolahan data SPSS (2023)

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil uji pada tabel diatas sebesar 0,405, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Volume Penjualan (Y) sebesar 40,5%.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi Variabel Harga (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Volume Penjualan (Y)  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.689 <sup>a</sup>	.475	.464	3.62856	1.811

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Harga

b. Dependent Variable: Volume penjualan  
Sumber : Hasil pengolahan data SPSS (2023)

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil uji pada tabel diatas

sebesar 0,475, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X<sub>1</sub>) dan variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) memiliki kontribusi pengaruh terhadap (Y) sebesar 47,5%.

## 6. Uji Hipotesis

### Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial dimaksudkan untuk menguji secara statistik (uji t) apakah rumusan hipotesis yang terbuat diterima atau ditolak. Pengujian pengaruh dalam penelitian ini antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Signifikansi dalam penelitian ini digunakan 5% (0,05) dengan membandingkan t<sub>hitung</sub> dengan t<sub>tabel</sub> dengan kriteria sebagai berikut :

a) Jika t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub>, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima

b) Jika t<sub>hitung</sub> < t<sub>tabel</sub>, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak.

Besarnya nilai t<sub>tabel</sub> dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{tabel} = t_{\alpha, df} \text{ (Taraf Alpha x Degree of Freedom)}$$

$$\alpha = \text{tarif nyata } 5\%$$

$$df = (n-2), \text{ maka diperoleh } (97-2) = 95$$

$$t_{tabel} = 1,661$$

### a. Pengaruh Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Volume Penjualan (Y)

Rumusan hipotesisnya :

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap Volume Penjualan secara parsial.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh antara Harga terhadap Volume Penjualan secara parsial.

Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut diatas yang dihitung menggunakan *software system SPSS versi 25*, sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji t Variabel Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Variabel Volume Penjualan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.076	2.681		4.131	.000
	Harga	.623	.083	.612	7.535	.000

a. Dependent Variable: Volume penjualan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, (2023)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(7,535 > 1,661)$  hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , untuk itu hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara harga terhadap volume penjualan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

**b. Pengaruh Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Volume Penjualan (Y)**

Tabel 11. Hasil Dari Uji t Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Variabel Volume Penjualan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.148	3.123		1.969	.052
	Kualitas produk	.590	.073	.636	8.037	.000

a. Dependent Variable: Volume penjualan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, (2023)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(8,037 > 1,661)$  hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , untuk itu maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yakni hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan.

**Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

Uji f ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara

Tabel 12. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji f)

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1121.097	2	560.548	42.574	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1237.645	94	13.166		
	Total	2358.742	96			

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Harga

Rumus hipotesisnya :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas produk terhadap Volume Penjualan secara parsial.

$H_2$  : Terdapat pengaruh antara Kualitas produk terhadap Volume Penjualan secara parsial.

Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut diatas yang dihitung menggunakan *software system SPSS versi 25* sebagai berikut :

bersama-sama (simultan) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Perumusan hipotesis:

-  $H_0 = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh antara Harga (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) terhadap Volume Penjualan.

-  $H_a > 0$  artinya terdapat pengaruh antara Harga (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) terhadap Volume Penjualan.

b. Dependent Variable: Volume

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2023)

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(7,535 > 1,661)$  hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , untuk itu hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara harga terhadap volume penjualan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

### 2. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(8,037 > 1,661)$  hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , untuk itu maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yakni hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan.

### 3. Pengaruh Harga dan Kualitas produk Terhadap Volume Penjualan

Terdapat pengaruh antara Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Volume Penjualan ( $Y$ ) ( $P$ -value  $0,000 < 0,05$ ) - Tolak  $H_0$ . Dari tabel 4.28 diatas menunjukkan nilai signifikansi adalah  $0,000$  yang bernilai kurang dari  $\alpha = 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $42,574 > 3,09$  diperoleh dengan cara melihat  $F$  tabel dengan  $df = n - k - 1$  ( $97 - 2 - 1 = 96$ ) pada taraf signifikansi  $0,05$ . Oleh karena itu keputusan adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap Volume Penjualan ( $Y$ ).

## PENUTUP

### 1. Kesimpulan

- Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan

dimana diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,535 > 1,661$ ), hal ini juga dibuktikan dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

- Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan dimana diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $8,037 > 1,661$ ), hal ini juga dapat dibuktikan dengan signifikansi  $0,00 > 0,05$ .
- Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas produk terhadap volume penjualan. Hal ini dapat dibuktikan dengan diperoleh nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  atau ( $42,574 > 3,09$ ), hal ini tersebut juga diperkuat dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

## 2. Saran

- Perusahaan harus menyesuaikan dalam penawaran produk sepatu.
- Perusahaan harus memberikan lebih variasi bentuk segala jenis kaki.
- Perusahaan harus memastikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asriani, Lorensa, D., Saputri, P., & Hidayati, T. (2020). *The Effect of Compensation and Motivation to Employee Performance*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR), 166-172.
- Hanafi, B. D., & Yohana, C. (2017). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada PT BNI LIFEINSURANCE. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 73-89.
- Hasibuan, M. S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler dan Amstrong. 2018. *Principkes Of Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kotler, dan Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi.12*. Jakarta : Erlangga

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 12. Ahli Bahasa Benyamin Molan.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2018. *Marketing Manajemen 14 th Edition*. Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia.
- Latif, A. P., Latif, I. N., Bakrie, I., & Milasari, L. A. (2021). *Statistik Ekonomi 1*. D.I Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management 14E*. New York: Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational Behavior*. London: Pearson Education.
- Robbins, S. P., Coutler, M., & DeCenzo, D. A. (2017). *Fundamentals of Management Myths Debunked*. London: Pearson Limited Edition.
- Santoso, B., Azis, A. I., & Zohrahayaty. (2020). *Machine Learning & Reasoning Fuzzy Logic, Algoritma, Manual, Matlab, & Rapid Miner*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach Seventh Edition*. New York: John Wiley & Sonts Ltd.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sutrisno, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadamedia Group.