



## **PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK OLAHAN PADA KATAMBI FARM KELURAHAN BOTANG KECAMATAN MAKALE KABUPATEN TANA TORAJA**

**Yesi Pidun\***

Universitas Kristen Indonesia Toraja

\*Corresponding author email address: [yesipidun@gmail.com](mailto:yesipidun@gmail.com)

<b>ARTICLE INFO</b>	<b>ABSTRACT</b>
<b>Keywords:</b> <b>Product Quality, Price, Sales Level</b>	<i>This study was conducted to determine whether there is an effect of Quality and Price either partially or simultaneously on the level of sales. The data analysis technique used includes multiple linear regression analysis with hypothesis testing through t test and f test, coefficient of determination (R<sup>2</sup>). The data was processed using SPSS version 2024 software. The results show that 1) partially (t test) it turns out that the research results prove that of the two variables that have a significant influence, namely Quality (2.173 &gt; 2.011) and price (2.147 &gt; 2.011). Simultaneously, the variables of product quality and price have a significant effect of f arithmetic greater than f table (6.628 &gt; 3.19) on the level of sales. The coefficient of determination (R Square) of the independent variable on the dependent variable is R<sup>2</sup>=0.220, which means that the independent variables, namely Product Quality and Price, are able to explain the dependent variable, namely the sales level of 22.0% while the remaining 78.0% is influenced by factors other.</i>
<b>Kata Kunci:</b> <b>Kualitas Produk, Harga, Tingkat Penjualan</b>	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas dan Harga baik secara parsial, maupun simultan terhadap tingkat Penjualan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu meliputi analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f, koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ). Data diolah dengan menggunakan <i>software</i> SPSS versi 2024. Hasil menunjukkan bahwa 1) secara parsial (uji t) ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa dari kedua variabel yang mempunyai pengaruh signifikan yaitu Kualitas sebesar (2,173>2,011) dan harga sebesar (2,147>2,011). Secara simultan variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan sebesar f hitung lebih besar dari f tabel (6,628>3,19)

---

terhadap tingkat penjualan. Koefisien determinasi (R Square) variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar  $R^2 = 0,220$  yang berarti bahwa variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Harga mampu menjelaskan variabel dependennya yaitu tingkat penjualan 22,0% sedangkan sisanya 78,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

---

## Pendahuluan

Usaha Kecil Menengah (UKM) pada zaman sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat baik. Para pelaku bisnisnya pun membuat berbagai jenis produk yang berbeda-beda. Jenis-jenis produk yang dihasilkan para pelaku usaha mempunyai kualitas yang sangat baik, karena hal tersebut merupakan hal yang paling penting yang harus diperhatikan agar mampu bersaing di tengah-tengah pasar. Seperti halnya produk olahan pakan ternak yang termasuk dalam UKM, meskipun para pelaku bisnis tersebut bertaraf UKM akan tetapi mereka sangat mengutamakan aspek mutu dan kualitas sebelum barang tersebut di sebar ke pasar-pasar.

Pada saat ini persaingan dalam industri perdagangan sangat banyak, terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang terlihat semakin tidak terkendali. Untuk membuat orang membelinya, bisnis tidak akan berjalan sebaik mungkin. Hal ini karena semakin banyak persaingan dalam industri perdagangan, yang didorong oleh kemajuan teknologi yang semakin baik.

Kualitas produk yang merupakan salah satu komponen bauran pemasaran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan (Kurniasari & Pompeng, 2022; Marchelin & Arung, 2023; Pasinggi et al., 2021). Kualitas produk merupakan hal yang paling penting karena pada umumnya konsumen akan memilih barang yang berkualitas dengan lebih hati-hati dan teliti. Oleh karena itu, bisnis harus dapat menyediakan produk dengan kualitas yang sama dengan para pesaingnya.

Perusahaan tidak hanya harus berkonsentrasi pada kualitas produk tetapi juga pada harga, yang sama pentingnya. Ketika melakukan pembelian, konsumen juga harus mempertimbangkan kualitas produk selain harga, yang merupakan pertimbangan utama. Karena segmen pasar tidak sama untuk kelas menengah atas dan bawah, mayoritas konsumen menginginkan kualitas bagus dengan harga murah. Kemudian, bisnis perlu memikirkan berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Peningkatan penjualan adalah salah satu faktor penting untuk mencapai laba bersih yang diinginkan suatu usaha karena laba merupakan sarana yang penting

bagi keberlangsungan hidup suatu usaha, maka dari itu suatu usaha harus meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dihasilkan.

Katambi Farm merupakan salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja, berdiri sejak 29 Oktober 2016. Katambi Farm memproduksi produk olahan seperti jus ternak, jamu super dan biola yang sangat bermanfaat pada pertumbuhan hewan ternak, maupun untuk mempertahankan hidup. Untuk meningkatkan penjualan pada usaha Katambi Farm sangat diperlukan strategi seperti, strategi kualitas dimana kualitas produk harus sesuai dengan harga agar setiap konsumen yang datang membeli produk olahan tersebut merasa puas, begitupun dengan harga. Dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas dengan produk tersebut, hal ini harus dilakukan agar suatu perusahaan dapat berkembang dan bersaing di tengah-tengah pasar.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk Olahan Pada Katambi Farm Di Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja”.

## Kajian Pustaka

### Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang) (Kuspriyono, 2016).

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2016) Kualitas produk mempunyai dimensi yang tepat untuk menganalisis karakteristik produk. Kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja), adalah ciri operasi utama dari produk inti (*core product*) yang dialihdayakan.
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. *Reliability* (reabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal digunakan
4. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana ciri desain serta operasi sesuai dengan standar yang telah ditentukan.
5. *Durability* (daya tahan), yaitu mengacu pada berapa lama suatu produk itu digunakan.

6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi, serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. *Esthetics* (estetika), yaitu keindahan yang dimiliki suatu produk yang berhubungan dengan panca indra.
8. *Preceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

### **Pengertian Harga**

Menurut Sabran (2016), harga mengacu pada jumlah uang yang dikeluarkan untuk suatu produk atau layanan atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk manfaat, kepemilikan, atau penggunaan produk atau layanan.

### **Pengertian Penjualan**

Penjualan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya yang telah ada agar dapat berkembang dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Penjualan menurut Winardi adalah suatu proses yang terjadi dimana kebutuhan pembeli dan penjual dapat terpenuhi, melalui antar pertukaran barang dan kepentingan bersama.

### **Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan**

Beberapa faktor yang mempengaruhi aktivitas penjualan dalam praktiknya (Swatha dan Irawan, 2010). Berikut ini adalah beberapa variabel yang mungkin berdampak pada penjualan:

1. Kondisi dan kemampuan penjual, untuk mencapai tujuan penjualan yang diinginkan, penjual harus mampu membujuk pembeli. Penjual harus menyadari isu-isu penting berikut, yang semuanya saling terkait:
  - 1) Jenis dan karakteristik yang ditawarkan
  - 2) Harga produk
  - 3) Syarat penjualan, seperti pembayaran, pengiriman, garansi dan sebagainya.
2. Kondisi pasar, pasar sebagai sekelompok pembeli atau pihak yang menjadi fokus penjualan, juga dapat berdampak pada aktivitas penjualan. Berikut ini adalah faktor-faktor pasar yang relevan:
  - 1) Jenis pasarnya
  - 2) Kelompok pembeli atau segmen pasar
  - 3) Daya belinya
  - 4) Frekuensi pembelinya
  - 5) Keinginan dan kebutuhannya
3. Modal

Akan lebih sulit bagi perusahaan untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan harus memperkenalkan dulu barangnya, salah satu

caranya yaitu dengan *advertising*. Untuk melaksanakan maksud tersebut perusahaan membutuhkan modal yang cukup. Perusahaan juga harus menggunakan berbagai macam bentuk *advertising* yang menjadi modal perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor lainnya.

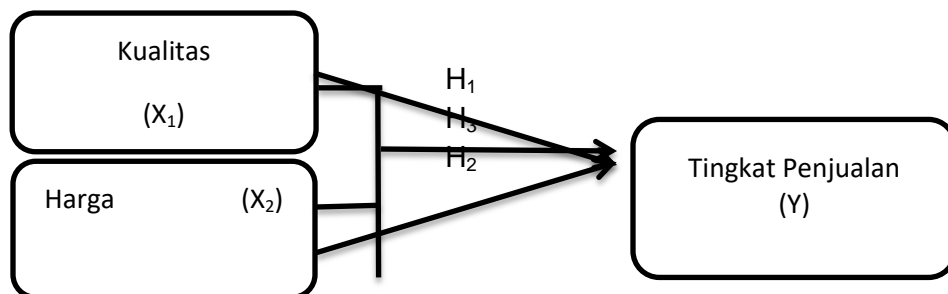
#### 4. Faktor lain

Faktor- faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilaksanakan. Sedangkan perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

### Kerangka Berpikir

Hubungan antara variabel independen, dalam hal ini Kualitas ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ), dan variabel dependen, Tingkat Penjualan ( $Y$ ), diuraikan dalam kerangka penelitian.

Adapun kerangka pemikiran yang digunakan adalah sebagai berikut:



### Hipotesis

#### 1. Kualitas dan Tingkat Penjualan Produk

Dimungkinkan untuk merumuskannya berdasarkan ide dan bukti empiris yang diperoleh dari penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas produk memengaruhi volume penjualan:

$H_1$  : Kualitas Berpengaruh Terhadap Tingkat Penjualan

#### 2. Harga dan Tingkat Penjualan Produk

Berdasarkan ide dan bukti nyata dari penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh tingkat penjualan maka dapat dirumuskan:

$H_2$  : Harga Berpengaruh Terhadap Tingkat Penjualan

### 3. Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk

Berdasarkan ide dan bukti nyata dari penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan:

$H_3$  : Kualitas dan harga berpengaruh terhadap tingkat penjualan

## Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Menemukan pengetahuan melalui penggunaan data numerik sebagai alat untuk menganalisis informasi tentang apa yang dikenal dikenal sebagai deskriptif kuantitatif.

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Katambi Farm Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja.

### Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden Produk Olahan Katambi Farm di Kelurahan Botang.

### Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Tabel 3.1

Defenisi Operasional dan Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kualitas Produk ( $X_1$ )	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi harapan pelanggan mempertahankan mereka.	1. Kualitas atau Keunggulan produk 2. Design produk dan 3. Daya tahan produk 4. Fungsi produk
2	Harga ( $X_2$ )	Harga adalah nilai keseluruhan dari penawaran termasuk nilai dari semua produk yang ditawarkan untuk memasarkan produk. Oleh karena itu suatu usaha harus menetapkan harga pada produknya.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuain harga dengan manfaat
3	Tingkat Penjualan ( $Y$ )	Kuantitas penjualan adalah kuantitas produk yang terjual atau kuantitas unit penjualan aktual selama periode waktu	1. Kondisi dan kemampuan 2. Harga 3. Lokasi 4. Promosi

tertentu.

Sumber : data diolah, 2022.

## Teknik Analisis Data

### Uji Validitas

Uji validitas instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014). Validitas adalah derajat perbedaan antara data pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2014). Rumus koefisien korelasi product moment dari Karl Pearson dapat digunakan untuk mengukur validitas kuesioner sampai pada taraf signifikan ( $\alpha = 5\%$ ).

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(\sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

R<sub>xy</sub> : koefisien korelasi pearson

X : variabel bebas

Y : variabel terikat

n : jumlah sampel

pengujian analisis validitas pertanyaan dengan cara menggunakan:

nilai r tabel dengan tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha=0,05$ )

Bila r hitung > t tabel maka variabel tersebut valid

Bila r hitung < t tabel maka variabel tersebut tidak valid

### Uji Reliabilitas

Karena reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi, maka reliabilitas berkaitan dengan kestabilan dan konsistensi data atau temuan, (Sugiyono, 2014) Uji reliabilitas mengukur seberapa reliabel suatu hasil pengukuran. Jika nilai alpha ( $\alpha$ ) mendekati 1, maka kuesioner tersebut dianggap *reliable*, sedangkan nilai yang mendekati nol menunjukkan bahwa kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Rumus Alpha Cronchacch:

$$r = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \alpha_i^2}{\alpha^2} \right]$$

Keterangan :

R = Koefisien reliabilitas yang di cari

k = jumlah butir pertanyaan

$\alpha^2$  = varians butir-butir pertanyaan

$\alpha^2$  = varians skor test

Kriteria pengujian:

Jika  $\alpha > 0,60$  maka dikatakan *reliable*

Jika  $\alpha < 0,60$  maka dikatakan tidak *reliable*

### Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, metode regresi linier berganda digunakan untuk menguji teori tersebut. Untuk memastikan dampak prediktif variabel independen (X) terhadap variabel dependen, digunakan analisis regresi linier berganda (Y). Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara X1 (kualitas produk), X2 (harga), dan Y (tingkat penjualan).

Rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana:

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

A = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi

X<sub>1</sub> = kualitas produk

X<sub>2</sub> = harga

Adapun tahap-tahap dalam analisis menggunakan regresi linear berganda ada dua yaitu; uji t dan uji F.

#### a. Uji t

Signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen itu sendiri dinilai dengan menggunakan uji-t, yang memperlakukan variabel dependen lainnya sebagai konstanta. Pengaruh signifikan dapat diperkirakan dengan menggunakan nilai t hitung dan nilai t dari tabel t. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Rumus mencari t tabel:

dasar pengam

$$t_{\text{tabel}} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

1. Jika nilai sig  $< 0,05$ , atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka terdapat pengaruh variabel x terhadap variabel y.
2. Jika nilai sig  $> 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel x terhadap variabel y.

#### b. Uji F

Imam Ghozali (2002) Uji statistik F berfungsi menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen:

Rumus mencari f tabel:

$$f_{\text{tabel}} = f (k ; n - k)$$



Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika nilai sig < 0,05 atau  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel x secara simultan terhadap y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel x secara simultan terhadap variabel y.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2012), koefisien determinasi adalah suatu metode untuk menentukan sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki dua kemungkinan nilai nol dan satu. Semakin banyak variasi variabel dependen yang dapat dipertanggungjawabkan oleh variasi variabel independen, semakin besar nilai  $R^2$ . Sebaliknya, jika  $R^2$  rendah, variabel independen dapat menjelaskan variasi yang lebih kecil pada variabel dependen variabel.

$$R^2 = \frac{a \sum y + b \sum xy - n(y)^2}{\sqrt{\sum y^2 - n(y)^2}}$$

Keterangan :

- $R^2$  : Besar koefisien determinasi
- a : Titik potong kurva terhadap y
- b : Slope garis estimasi yang paling baik
- n : Banyaknya data
- X : Nilai variabel X
- Y : Nilai variabel Y

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Deskripsi Objek Penelitian

Usaha Katambi Farm merupakan salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak dibidang produk olahan ternak. Usaha tersebut didirikan pada tanggal 29 Oktober 2016, oleh Bapak Markus Sakke' Pauranan yang dikelola langsung oleh pemilik usaha sendiri. Usaha tersebut berlokasi di Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja di Km3 jalan poros Objek Wisata Pango-Pango. Nama Katambi Farm yang digunakan oleh Bapak Markus Sakke' Pauranan diambil dari nama tempat dimana usaha ini didirikan yaitu Katambi. Pemilik usaha mendirikan Katambi Farm setelah mengikuti beberapa pelatihan-pelatihan di Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan, dari sinilah pemilik usaha mendapat ide dan mempunyai keinginan untuk membuka usaha ini.

Usaha Katambi Farm tidak hanya menjual produk olahan saja seperti jus ternak super, jamu super dan biola, tetapi ada juga beternak ayam kampung super dan beternak babi. Untuk mengetahui biaya untuk pakan ternak maka pemilik usaha berinovasi untuk merancang mesin-mesin produksi pakan ternak sendiri yang semua bahannya diambil dari alam atau organik. Usaha Katambi Farm ini berjalan berdasarkan surat izin tempat usaha dengan nomor IUMK/067.017/18.05/KM/II/2019.

### Jenis Produk Yang dihasilkan Katambi Farm

Produk adalah segala sesuatu yang dPt ditawarkan produsen kepada pasar untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Katambi Farm menjual dan menawarkan produknya dengan mengutamakan kualitas. Produk olahan Katambi Farm bertahan lama karena terbuat dari bahan alami, sehingga mutu produk terjamin. Adapun jenis produk yang dihasilkan di Katambi Farm dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1**

#### Daftar produk yang dihasilkan di Katambi Farm

No	Nama produk	Kemasan/satuan
1.	Jus Ternak Super	500 ml
2.	Jamu Super	500 ml
3.	Biola	1 liter
4.	Jagung Giling	1 kg
5.	Jagung Biji	1 kg
6.	Ayam kampung super	1 ekor
7.	Ikan lele	1 kg

*Sumber : data sekunder, 2022*

### Harga Produk yang dihasilkan di Katambi Farm

Tabel di bawah ini menampilkan Peternakan Katambi- daftar harga yang dihasilkan:

**Tabel 4.2**

#### Harga Produk yang dihasilkan di Katambi Farm

No	Nama produk	Harga
----	-------------	-------

1.	Jus Ternak Super	Rp. 30.000
2.	Jamu Super	Rp. 25.000
3.	Biola	Rp. 20.000
4.	Jagung Giling	Rp. 5.500
5.	Jagung Biji	Rp. 5.000
6.	Ayam kampung super	Rp. 75.000
7.	Ikan lele	Rp. 25.000

Sumber : data sekunder, 2022

### Analisis Data

#### Deskripsi Jawaban Responden

Menganalisis tanggapan terhadap setiap indikator yang mengukur variabel dalam penelitian ini, yang dapat dijelaskan sebagai berikut, adalah langkah pertama sebelum pengujian data statistik dapat dilakukan:

#### a. Kualitas produk

Dari 4 indikator kualitas produk digunakan 8 butir pertanyaan untuk mengukur variabel kualitas produk yaitu:

**Tabel 4.6**

**Jawaban Responden Terhadap Indikator Kualits Prdouk**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	Kualitas produk olahan Katambi Farm cukup bagus.	9	29	12	0	0	50
2	Produk olahan Katambi Farm sangat cocok dengan pertumbuhan ternak	8	17	25	0	0	50
3	Desain produk olahan pada Katambi Farm lebih menarik dibandingkan dengan yang ada di pasar.	0	8	23	18	1	50
4	Desain (kemasan) produk olahan ternak pada Katambi Farm sangat menarik.	2	8	22	18	0	50
5	Produk di Katambi Farm yang sudah diproduksi sesuai dengan desain standar						

		0	10	33	6	1	50
6	Produk olahan Katambi Farm bertahan lama karena terbuat dari bahan alami.	9	34	7	0	0	50
7	membantu menjaga ternak tetap sehat dan sistem kekebalan mereka kuat.	9	15	25	1	0	50
8	Produk olahan sangat berpengaruh bagi pertumbuhan dan perkembangan hewan.	4	16	30	0	0	50

*Sumber : data diolah, 2022*

#### **b. Harga**

Dari 4 indikator harga digunakan 6 butir pertanyaan untuk mengukur variabel harga yaitu:

**Tabel 4.7**  
**Jawaban Responden Terhadap Indikator Harga**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	Harga produk olahan ternak yang ditawarkan pada Katambi Farm sesuai dengan kualitasnya.	2	20	27	1	0	50
2	Produk pada Katambi Farm seimbang dengan kualitas dan mutu dari produk-produk yang ditawarkan.	3	8	28	11	0	50
3	Harga produk olahan ternak pada Katambi Farm yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk lainnya di pasar.	1	17	22	10	0	50
4	Harga produk olahan katambi Farm lebih ekonomis	0	7	17	21	5	50
5	Harga produk olahan ternak yang ditawarkan Katambi Farm sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen.	1	14	33	2	0	50

6	Harga produk olahan Katambi Farm dapat dijangkau oleh semua konsumen	2	12	34	2	0	50
---	--	---	----	----	---	---	----

Sumber : data diolah, 2022

Dari tabel 4.11 di atas, sangat terlihat bahwa variabel Insentif Tingkat Transaksi untuk setiap hal pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel, maka setiap hal artikulasi dari semua hal pernyataan adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Kuesioner yang menggunakan indikator yang berasal dari variabel diukur dengan menggunakan uji reliabilitas. Dimana dalam menggunakan Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) untuk mengukur reliabilitas analisis statistik. "Data dikatakan reliable bila memiliki Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ). Hasil uji reliability dapat di lihat pada tabel 4.12 berikut:

**Tabel 4.12**

#### Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	N of Items	Keterangan
X1	0,754	8	Reliabel
X2	0,665	6	Reliabel
Y	0,697	6	Reliabel

Sumber : data diolah, 2022"

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, jelas bahwa semua variabel dalam penelitian ini dianggap reliabel karena nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel dievaluasi dengan nilai di atas 0,60.

### Uji Hipotesis

Menurut data penelitian yang terkumpul, untuk variabel dependen (Tingkat Penjualan) dan variabel independen (Kualitas Produk dan Harga) menggunakan dengan bantuan program spss 24, hasil perhitungan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,337	3,390		1,574	,122
	Kualitas Produk (X1)	,303	,139	,342	2,173	,035
	Harga (X2)	,210	,183	,180	2,147	,025

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan (Y)

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:  $Y = 5,337 + 0,303 (X_1) + 0,210 (X_2)$

Dimana itu:

- 5,337 = variabel bebas yaitu tingkat penjualan yang terdiri dari kualitas produk dan harga berpengaruh positif dengan tingkat penjualan. Nilai konstantan tingkat penjualan sebesar 5,337 menunjukkan bahwa peningkatan harga yang diberikan akan mempengaruhi tingkat penjualan yang dirasakan oleh konsumen.
- $0,303 (X_1)$  = besar kecilnya koefisien variabel kualitas produk, yaitu untuk setiap kenaikan 1% variabel kualitas produk, tingkat penjualan akan meningkat 0,303 dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.
- $0,210 (X_2)$  = besar kecilnya koefisien variabel harga, artinya dengan asumsi variabel lain tidak berubah, untuk setiap kenaikan 1% variabel harga maka tingkat penjualan akan meningkat sebesar 0,210.

Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan variabel harga berpengaruh positif terhadap variabel tingkat penjualan (dependen).

### Uji Parsial (Uji t)

Untuk menjawab pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap tingkat penjualan (Y), selanjutnya menggunakan uji t dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,337	3,390		1,574	,122
	Kualitas Produk (X1)	,303	,139	,342	2,173	,035
	Harga (X2)	,210	,183	,180	2,147	,025

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan (Y)

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan keputusan dapat diartikan bahwa:

- Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, atau nilai signifikansi  $< 0,5$  maka diterima.
- Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, atau nilai signifikansi  $> 0,5$  maka ditolak

$$t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 50-2-1) = (0,025; 47) = 2,011$$

- Berdasarkan koefisien tabel diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,173, yang berarti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,173 > 2,011$ ) signifikan  $t_{hitung}$  sebesar 0,035.  $H_{0.1}$  diterima dan  $H_{1.1}$  ditolak karena  $t$  secara signifikan lebih kecil dari 5% ( $0,035 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat penjualan (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas produk (X1). Uji signifikansi menunjukkan bahwa tingkat penjualan dipengaruhi oleh kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak pelanggan akan membeli produk perusahaan jika kualitasnya lebih tinggi. Pelanggan tidak akan tertarik lagi dengan produk lain jika produk tersebut berkualitas. berkualitas tinggi dan akan terus membeli barang dengan kualitas yang sama. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (dalam Haryanto, 2017), yang menegaskan bahwa kualitas suatu produk dapat menjadi senjata strategis yang potensial untuk mengatasi saingan.
- Berdasarkan tabel koefisien diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,147$  yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,147 > 2,011$ ) dan signifikansi  $t$  sebesar 0,025 karena signifikansi  $t$  lebih kecil dari 5% ( $0,025 < 0,05$ ) sehingga  $H_{2.1}$  diterima dan  $H_{0.1}$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan (Y). Karena penetapan harga sangat bergantung pada keuntungan perusahaan di masa depan, maka variabel

harga yang paling besar pengaruhnya terhadap penjualan. Menurut teori Sofyan Assuari, harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan komponen lainnya hanyalah komponen biaya.

- b. Berdasarkan variabel kualitas produk (X1), yang signifikan  $t_{hitung}$  adalah 0,035 dan lebih besar dari  $t_{tabel}$  (2,173>2,011). Dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2 ) variabel berpengaruh secara simultan terhadap tingkat penjualan (Y) karena t secara signifikan lebih kecil dari 5%, variabel harga (X2) memiliki  $t_{hitung}$  yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (2,147>2,011), dan signifikan t adalah 0,025 karena signifikan t lebih kecil dari 5%. Teori yang dikemukakan oleh Fandy Rangkuti, bahwa tingkat penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dalam bentuk fisik atau volume atau kuantitas suatu produk. Naik turunnya penjualan diwakili oleh tingkat penjualan, yang dapat dinyatakan dalam kilogram, ton, atau liter.
- c. Uji Signifikan Simultan (Uji f)  
 Untuk mengetahui permasalahan mengenai pernyataan, bagaimana pengaruh kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) terhadap tingkat Penjualan (Y), maka digunakan uji F untuk melakukan pengujian, seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Signfikan Simultan (uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99,472	2	49,736	6,628	,003 <sup>b</sup>
	Residual	352,708	47	7,504		
	Total	452,180	49			

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan (Y)

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dapat diartikan bahwa:

- a. Jika nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y, atau nilai signifikansi < 0,05 maka diterma.
- b. Jika nilai  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y , atau nilai signifikansi >0,05 maka ditolak.

$$f_{tabel} = f(k:n-k) = f(2:50-2) = f(2:48) = 3,19$$

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa  $f_{hitung}$  yang diketahui adalah 6.628 dan  $f_{tabel}$  tarif nyata ( $\alpha$ ) adalah 5% dan  $df_1 = k-1$  dan  $df_2 = nk$  yaitu  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 48$  adalah 3,19. Dengan kata lain  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu (6.628>3,19),



sehingga dapat disimpulkan bahwa H01&2 ditolak dan H1&2 diterima. Dengan kata lain, kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) akan mempengaruhi tingkat penjualan (Y).

2. Nilai signifikansi (sig) yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji F adalah 0,003, atau sig F (0,003 0,05), hal ini menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan (Y) dipengaruhi secara simultan atau bersama-sama oleh kualitas produk (X1) dan harga (X2).

**Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien kepastian digunakan untuk menentukan kapasitas faktor bebas dalam memahami variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi dapat direpresentasikan sebagai persentase dalam bentuk R square. Tabel di bawah ini menampilkan hasil koefisien determinasi.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,469 <sup>a</sup>	,220	,187	2,739
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)				

Sumber :data diolah, 2022

Berdasarkan nilai R Square sebesar 0,220, 22,0% variasi kualitas produk dan harga dapat dikaitkan dengan tingkat penjualan Katambi Farm, dengan 78,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Uji Asumsi Klasik**

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Multikolineratis.**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,337	3,390		1,574	,122		
	Kualitas Produk (X1)	,303	,139	,342	2,173	,035	,671	1,490

Harga (X2)	,210	,183	,180	2,147	,025	,671	1,490
a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan (Y)							

Sumber : data diolah, 2022

- 1) Tolerance :  $0,671 > 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieratis
  - 2) VIF :  $1,490 > 10,00$  maka tidak terjadi multikolinieratis
- b. Uji Normalitas

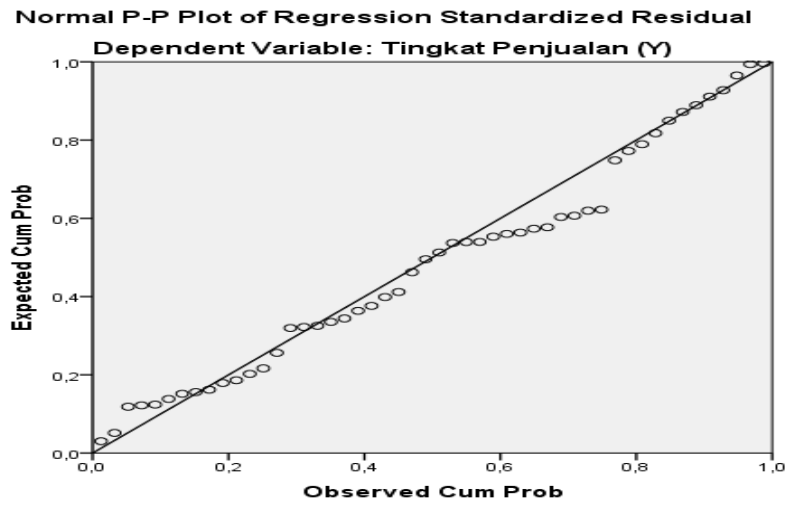
**Tabel 4.18**

**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,68293287
Most Extreme Differences	Absolute	,135
	Positive	,135
	Negative	-,074
Test Statistic		,135
Asymp. Sig. (2-tailed)		,023 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

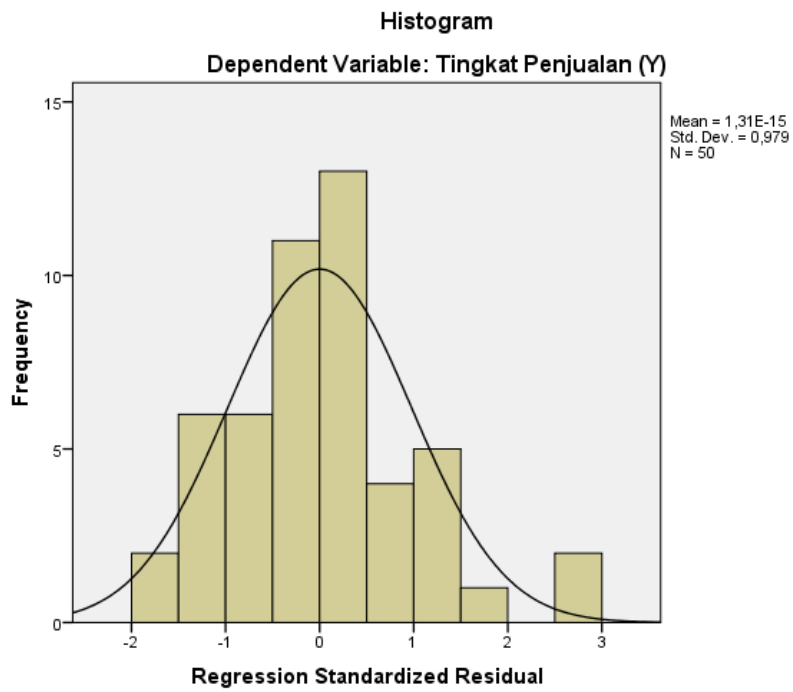
Sumber : data diolah, 2022”

Hasil pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, atau 0,023. Oleh karena itu, data residual memiliki distribusi normal. Plot grafik probabilitas normal, yang merupakan hasil analisis grafis, juga dapat memberikan penjelasan untuk ini:



**Gambar 4.1** Grafik Normal Probability Plot

Sumber : data diolah, 2022



**Gambar 4.2** Gambar Histogram

Sumber : data diolah, 2022

Penyebaran data pada tampilan garis histogram menunjukkan, seperti terlihat pada gambar di atas, bahwa grafik histogram menunjukkan distribusi normal.

### Uji Autokorelasi

**Tabel .19**  
**Hasil Uji Durbin-Watson**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,469 <sup>a</sup>	,220	,187		2,739	1,388
a. Predictors: (Constant), harga, Kualitas Produk						
b. Dependent Variable: tingkat penjualan						

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan hasil model regresi dari SPSS versi 24 diperoleh nilai DW sebesar 1,388. Dengan taraf signifikansi 0,05,  $n = 50$ , dan  $k = 2$ , dibangkitkan dari tabel DW menggunakan  $dL$  sebesar 1,462 dan  $dU$  sebesar 1,628. ( $k$  adalah jumlah variabel bebas). Karena berada di antara  $dL$  dan  $dU$ , nilai DW (1,388) tidak memberikan jawaban yang jelas.

### Uji Heterokedasitas

**Tabel 20**  
**Hasil Uji Heterokedasitas**

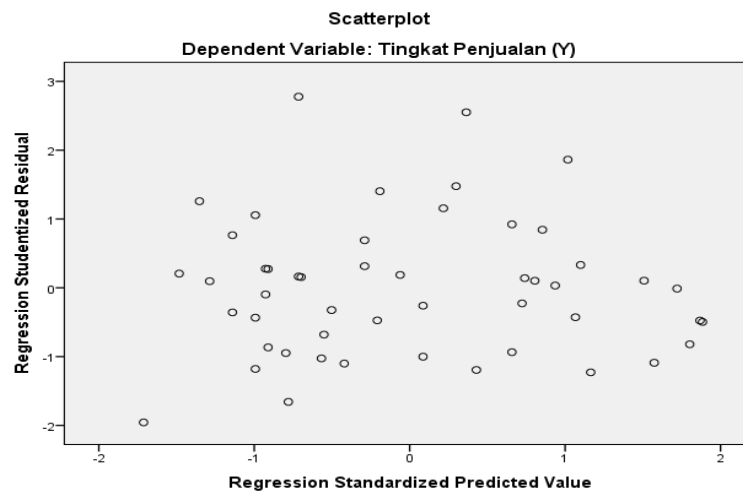
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,731	2,146		1,738	,089
	Kualitas Produk	-,018	,088	-,036	-,204	,839
	Harga	-,063	,116	-,097	-,548	,586
a. Dependent Variable: Abs_ReS						

Sumber : data diolah, 2022

Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedasitas.

- a. Nilai sig Kualitas Produk  $0,839 > 0,05$
- b. Nilai sig Harga  $0,586 > 0,05$

Model regresi yang menguji hubungan antara kualitas produk dengan harga dan volume penjualan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas diagram scatterplot dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 4.3 Grafik Scatterplot**

*Sumber : data diolah, 2022*

Grafik scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik-titik terdistribusi secara acak dan terletak baik di atas maupun di bawah sumbu Y angka 0 (nol). Model regresi yang digunakan tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas, sehingga dapat ditarik kesimpulan.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Tingkat Penjualan (Y) pada Katambi Farm Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja

Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 2024 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan di Katambi Farm Desa Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. Nilai  $t_{hitung}$  adalah 2,173, dan nilai  $t_{tabel}$  adalah 2,011. Oleh karena itu,  $t_{hitung}$  berada dalam rentang di mana  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, atau 0,035 sebagian. Karena  $t_{hitung}$  positif, yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan di Katambi Farm Desa Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja, kualitas produk merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan disana.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh *Intan Puspitasari, Harry J. Sumampouw, dan Aneke Y. Punuindoong di tahun 2018, Pengaruh Kualitas Produk dan Kesesuaian Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Beras Premium Pada Perum Bulog Divisi Regional Sulawesi Utara dan Gorontalo*. Hasil yang diperoleh adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,019 > 1,999$ ), hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan.

### 2. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Penjualan (Y) pada Katambi Farm Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja

Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 2024 menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap tingkat penjualan di Katambi Farm Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. Nilai  $t_{hitung}$  adalah 2,147, dan nilai  $t_{tabel}$  adalah 2,011. Oleh karena itu,  $t_{hitung}$  berada dalam kisaran di mana  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, atau 0,025 secara parsial.  $t_{hitung}$  positif, menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan di Katambi Farm kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. Harga merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan di Katambi Farm kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja.

Temuan penelitian ini sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh *Firda Mufidah dan Yuyun Apriani di tahun 2016, Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. pengujian hipotesis, bahwa terdapat hubungan antara harga jual dengan volume penjualan, dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,034  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,024.

Dari hasil pengujian hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara harga jual dengan volume penjualan yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,034 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  2.024.

### 3. Pengaruh Simultan Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Penjualan ( $Y$ ) pada Katambi Farm Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh konstan terhadap penjualan. Hal ini terlihat dari hasil pengolahan data SPSS: nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $6,628 > 3,19$ ) memiliki probabilitas signifikan sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa tingkat penjualan dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi yang disesuaikan dengan Adjusted R Square, yaitu sebesar 0,220, pengaruh faktor independen terhadap kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan adalah sebesar 22,0%, sedangkan sisanya sebesar 78,0% dipengaruhi oleh variabel lain. Kedua variabel ini memiliki pengaruh sebesar 22,0% terhadap hasil.

Temuan penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh *Cornelia Durmarya Manik, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) semuanya berpengaruh secara simultan. Nilai koefisien variabel kualitas produk ( $X_1$ ) adalah (-0,117), menunjukkan bahwa jika variabel harga ( $X_2$ ) dan variabel promosi ( $X_3$ ) tidak berubah maka variabel kualitas produk ( $X_1$ ) akan berdampak negatif terhadap tingkat penjualan ( $Y$ ), maka penjualan akan turun sebesar -0,117 persen. Dengan koefisien sebesar 0,364, variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan ( $Y$ ) secara simultan. menunjukkan bahwa tingkat penjualan akan meningkat sebesar 0,364 jika variabel harga ( $X_2$ ) bertambah satu satuan sedangkan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel promosi ( $X_3$ ) tidak berubah. Namun variabel promosi ( $X_3$ ) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,673 pada tingkat penjualan ( $Y$ ), baik secara bersamaan atau bersama-sama. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penjualan akan naik sebesar 0,673 jika variabel promosi ( $X_3$ )

) meningkat satu satuan dan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ) tidak berubah

## Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab 4, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan ( $Y$ ) pada Katambi Farm Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja dilihat dari  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,173 > 2,011$ ) signifikan  $t$  hitung sebesar 0,035. Karena  $t$  secara signifikan lebih kecil dari 5% ( $0,035 > 0,05$ ), maka  $H_1$  diterima.

2. Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan (Y) pada Katambi Farm Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja dapat dilihat dari t hitung  $>$  t Tabel ( $2,147 > 2,011$ ) dan signifikansi t sebesar 0,025 karena signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,025 < 0,05$ ), maka  $H_2$  diterima.
3. Kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap tingkat penjualan (Y) pada Katambi Farm Kelurahan Botang Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja dilihat dari f hitung  $>$  f tabel ( $6,628 > 3,19$ ), dengan signifikan diperoleh sebesar ( $0,003 < 0,05$ ).

### Daftar Pustaka

- Agustina, A. (n.d.). *Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar*. Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma negara.
- Anugrah Janwar, T. S. M. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Thecsecret Factory Outlet*. Pariwisata, III(1), 60–72.
- Arumsari, D. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*. Skripsi. Jawa Tengah. Universitas Diponegoro.
- Batubara, Azmiani & Negara, Riqki Padma. (2016). *Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada Psa Mihin Lanka Airlines*. Ilman, 4(1), 14. Google Scholar.
- Ismayanti, D. (2016) . *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Industri Kerupuk Singkong Di Desa Bamban Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis 2 (1): 56-64
- Khamid, M. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Batik Riziq Pekalongan Di Batam*. Skripsi. Batam. Universitas Riau Kepulauan.
- Kotler dan Keller (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusmayati, N. K., & Adiyanto, M. R. (2005). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Pada Penjual Martabak "Bintang" "Sidoarjo")* 35–42.
- Manik, C. D. (2015). ( Studi Pada Perumahan Serpong Garden ). *I Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(1).



- Mokalu, F. O. dan Tumbel, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa*. Jurnal EMBA. Vol. 3 No. 1 Maret 2015, Hal, 254-265.
- Nurhayati, R. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Veteran, Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2009 Pengguna Handphone Merek Nokia)" Jawa Tengah*. Universitas Diponegoro.
- Partina, R. S. B Wibowo & N.W. Sulistyowati. (2017). *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Volume Penjualan Kabupaten Magetan Tahun 2012-2016*. Jurnal Pendidikan Akuntansi V (1): 203-223.
- Pristyo, M. (2013). *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Eka Jaya Di Surabaya*. Jurnal Kewirausahaan 1 (1): 27-37.
- Puspitasari, I., & Punuindoong, H. J. S. A. Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Beras Premium Pada Perum Bulog Divisi Regional Sulawesi Utara Dan Gorontalo (Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Kota Manado)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 59–67.
- Putra, A. F. S. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Bulog Terhadap Volume Penjualan Beras Pada Perum Bulog Divisi Regional Yogyakarta*. Naskah Publikasi. Program Studi Pemasaran D III. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rani, Ine Visakha, et al. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Nanisa Skincare Dan Dental Di Sidoarjo*. Jurnal. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Saputra , Dido. (2005). *Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Simcard XL di Kota Padang*. Padang (ID): Universitas Negeri Padang.
- Sulistyorini A. (2010) . *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Volume Penjualan Terhadap Tingkat Produktivitas Pada UD. Mega Jaya Gresik*. Skripsi. Jawa Timur. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Tjiptono, F dan Charles, C. (2012). *Pemasaran Strategi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi
- Utami M. D. (2011). *Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada PT. Maniela Tour Dan Travel*. Skripsi. Makassar. Universitas Hasanuddin Makassar.

