

Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Citra Abadi (CA) Bandar Lampung

Asep Nurwahyudi¹, Astrid Aprica Isabella², Hairudin²

(1) Mahasiswa Prodi Kewirausahaan, Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia, Lampung

(2) Dosen Prodi Kewirausahaan, Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia, Lampung

Email Korespondensi : asepnurwahyudi12@gmail.com¹, astrid@umitra.ac.id²
[.khairuddinkusman1@gmail.com](mailto:khairuddinkusman1@gmail.com)³

Abstrak: Mengingat tingkat persaingan terus semakin tinggi banyak perusahaan yang menghasilkan produk yang sama, maka para pelaku usaha harus menyusun kebijakan pemasaran yang sempurna buat keberlangsungan hidupnya. Untuk menentukan pemasaran yang tepat maka perlu ditinjau dari beberapa faktor antara lain adalah kualitas produk, harga, promosi serta saluran distribusi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada CV. Citra Abadi (CA) Bandar Lampung. Variabel bebas berisi kualitas produk dan saluran distribusi sedangkan variabel terikatnya adalah volume penjualan. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini menggunakan metode sensus untuk menentukan sampel penelitian, dikarenakan memiliki jumlah populasi 60 maka penentuan sampel penelitian menjadi 60 responden. Teknik analisis yang digunakan melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, hipotesis dan regresi linier berganda. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan sebesar 52,5% terhadap Volume Penjualan pada CV. Citra Abadi (CA) Bandar Lampung. Sedangkan sisanya 42,75% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Volume Penjualan

Abstract: Given that the level of competition continues to be higher, many companies produce the same products, so business actors must formulate the perfect marketing policy for their survival. To determine the right marketing, it is necessary to review several factors, including product quality, price, promotion and distribution channels. This research aims to determine the effect of product quality and distribution channels on sales volume at CV. Citra Abadi (CA) Bandar Lampung. Independent variables include variable product quality, and distribution channel while the dependent variable is the sales volume. The type of data in this research use quantitative research using primary and secondary data. The population size is 60, so determine of research sample is 60 respondent. The analysis technique used is trough validity, reliability, classical asumption, hypothesis and multiple linear regression. The result of this research show that product quality and distribution channel together (simultan) have a significant effect of 52,5% of sales volume at CV. Citra Abadi Bandar Lampung. While the remaining 42,75% is influenced by natural factor that not investigated in this research.

Keywords: Product Quality, Distribution Channels, Sales Volume

Article Information: Submitted: 2023-08-24; Revised: 2023-08-29; Accepted: 2023-08-31



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Persaingan pada dunia bisnis tak bisa dihindari serta perusahaan wajib bisa melewati hal tadi. dalam persaingan bisnis yang semakin pesat serta ketat ini, menuntut para pelaku usaha buat bisa memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasaran sebab jika perusahaan tersebut tidak mampu berubah maka akan tertinggal serta pada tinggalkan pelanggan. Untuk menentukan pemasaran yang paling tepat ini maka perlu ditinjau dari beberapa faktor antara lain adalah kualitas produk, harga, promosi serta saluran distribusi.

Bandar Lampung sebagai pusat kota terdapat banyak sekali jenis perusahaan. Dari sekian banyak perusahaan itu, tempat yang peneliti pilih ialah pabrik dari CV. Citra Abadi (CA). CV. Citra Abadi (CA) sendiri ialah suatu perusahaan yang bergerak dibidang produk pangan makanan. CV. Citra Abadi (CA) berdiri sejak tahun 2011 memproduksi roti isi coklat dan nanas.

Taktik pemasaran yang selama ini dilakukan CV. Citra Abadi (CA) yaitu melalui pendekatan ke konsumen secara pribadi, supaya apa yg menjadi kebutuhan konsumen waktu ini bisa terpenuhi, dengan kondisi pasar yang sedemikian proaktif, banyak perusahaan menentukan taktik untuk memproduksi dengan kualitas yang bagus supaya dapat meraih konsumen sebanyak-banyaknya, serta menjaga loyalitas konsumen menggunakan cara memberikan jasa yang memuaskan serta penjualan akan terus semakin tinggi.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat perkembangan volume penjualan pada CV. Citra Abadi (CA) selama 3 tahun terakhir yang dihitung dari tahun 2020-2022. Berikut ini data pejualan dari produk CV. Citra Abadi (CA) berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data penjualan roti CA selama 3 tahun

Produk	Tahun Penjualan (dalam Bal)			Total Penjualan
	2020	2021	2022	
Roti Coklat	1.100.000	1.200.000	1.300.000	3.600.000
Roti Nanas	275.000	280.000	300.000	855.000
Total Penjualan	1.375.000	1.480.000	1.600.000	4.455.000

Sumber: CV. Citra Abadi (CA)

Data penjualan dari roti CA tahun 2020 – 2022 dapat dilihat pada tabel 1. Berdasarkan tabel di atas terlihat pada tabel 1 total penjualan produk roti CA selama 3 tahun yang tercatat sebanyak 4.455.000 bal pada produk roti coklat dan nanas. Penjualan roti CA pada tahun 2020 merupakan penjualan terendah yaitu 1.375.000 bal dari penjualan 3 tahun terakhir.



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Menurut hasil penelitian Widiarto & Hardiana menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan. Namun berbeda menurut penelitian Lestari bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap volume penjualan [1], [2].

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk mengajukan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada CV. Citra Abadi (CA) Bandar Lampung”.

Kualitas produk menurut Tjiptono produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan [3]. Kotler, P. dan Armstrong mendefinisikan kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan [4].

Indikator kualitas produk menurut Widyastuti, dalam penelitiannya adalah sebagai berikut [5]:

1. Rasa produk
2. Manfaat lebih dibanding pesaing
3. Waktu kadaluwarsa (durabilitas)
4. Pengemasan
5. Label sertifikasi.

Saluran distribusi menurut Abubakar saluran distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan [6]. Menurut Sunyoto saluran distribusi merupakan perantara-perantara, para konsumen dan penjual yang akan dilalui oleh perpindahan barang baik dari fisik maupun perpindahan oleh pemilik dari produsen hingga ke tangan konsumennya [7].

Indikator saluran distribusi menurut Gitosudarmo antara lain [8]:

1. Ketersediaan produk.
2. Jangkauan distribusi.
3. Tingkat kemudahan.

Volume penjualan menurut Swastha menyatakan bahwa volume penjualan dapat diukur dengan dua cara, yaitu pertama, mencapai target penjualan, yang dapat diukur dengan unit produk yang terjual. Kedua, kenaikan jumlah penjualan, keuntungan yang meningkat di peroleh dari total nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu [9]. Menurut Rangkuti yang mengatakan bahwa volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang [10].

Menurut Swastha menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain [9]:

1. Mencapai volume penjualan
2. Mendapatkan laba
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuantitatif. Peneliti yang menggunakan pendekatan kuantitatif akan menguji suatu teori dengan cara merinci suatu hipotesis-hipotesis yang spesifik, lalu mengumpulkan data untuk mendukung atau membantah hipotesis-hipotesis tersebut dengan pendekatan deskriptif yang dijelaskan dengan kata atau kalimat-kalimat agar mudah dipahami dan dimengerti.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 macam data yaitu data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam Penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dari lapangan yaitu para konsumen CV. Citra Abadi (CA) dengan membagikan kuesioner. Dan data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data ini peneliti diperoleh dari data-data perusahaan yang memberikan informasi tentang penjualan dari produknya.

Populasi menurut Sugiyono adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan [11]. Populasi penelitian ini adalah gerai/toko di Bandar Lampung yang merupakan konsumen dari CV. Citra Abadi (CA) berjumlah 60. Sampel menurut Sugiyono adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut [11]. Penarikan sampel ini berpedoman pada pendapat Arikunto yang mengatakan jika populasi kurang dari 100 lebih baik semua diambil sebagai sampel sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi (sensus) [12]. Metode sensus dimana seluruh elemen populasi diselidiki satu persatu. Data yang diperoleh sebagai hasil pengolahan sensus disebut data yang sebenarnya (true value), atau sering disebut parameter [13].

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni : Uji Instrumen penelitian meliputi uji validaitas dan uji reliabilitas. Uji Asumsi Klasik meliputi uji normalitas, uji hetroskedastisitas. Uji Hipotesis meliputi uji t, uji f dan Koefisien Determinasi (R²). Terakhir Analisis Linear Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner mengukur indikator dari pernyataan yang diteliti. Uji validitas dilakukan kepada 60 responden dengan menggunakan kolerasi *pearson* atau dikenal juga dengan sebutan *product moment*. Kriteria untuk uji validitas ini apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan dari kuesioner tersebut dinyatakan valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan tersebut tidak valid. Berikut merupakan tabel pengolahan data yang diperoleh :



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KUALITAS PRODUK (X)	Item 1	0,728	0,254	Valid
	Item 2	0,631	0,254	Valid
	Item 3	0,570	0,254	Valid
	Item 4	0,703	0,254	Valid
	Item 5	0,439	0,254	Valid
	Item 6	0,325	0,254	Valid
	Item 7	0,716	0,254	Valid
	Item 8	0,265	0,254	Valid
	Item 9	0,330	0,254	Valid
	Item 10	0,397	0,254	Valid
SALURAN DISTRIBUSI (X2)	Item 1	0,605	0,254	Valid
	Item 2	0,666	0,254	Valid
	Item 3	0,689	0,254	Valid
	Item 4	0,737	0,254	Valid
	Item 5	0,667	0,254	Valid
	Item 6	0,601	0,254	Valid
	Item 7	0,561	0,254	Valid
	Item 8	0,559	0,254	Valid
	Item 9	0,477	0,254	Valid
VOLUME PENJUALAN (Y)	Item 1	0,506	0,254	Valid
	Item 2	0,709	0,254	Valid
	Item 3	0,489	0,254	Valid
	Item 4	0,696	0,254	Valid
	Item 5	0,673	0,254	Valid
	Item 6	0,540	0,254	Valid
	Item 7	0,573	0,254	Valid
	Item 8	0,453	0,254	Valid
	Item 9	0,523	0,254	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2023)

Hasil Uji Validitas menjelaskan bahwa semua butir pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan valid, karna $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,254). Dengan demikian dinyatakan bahwa semua butir Pernyataan pada di gunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh kuesioner tersebut dapat dipercaya atau dihandalkan. Pada pengujian reabilitas ini menggunakan rumus *cronbach alpha* Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh kuesioner tersebut dapat dipercaya atau dihandalkan. Pada pengujian reabilitas ini menggunakan rumus *cronbach alpha*.

Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah :

- Jika nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.
- Jika nilai *cronbach alpha* $< 0,60$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,676	Reliabel
Saluran Distribusi(X2)	0,799	Reliabel
Volume Penjualan (Y)	0,741	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan *output* uji reliabilitas diatas diketahui bahwa variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach Alpha* atau nilai *r* lebih besar dari 0,60. Sehingga pernyataan dalam kuesioner yang dijadikan instrumen penelitian oleh peneliti sudah dapat diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian pada Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Volume Penjualan sangat reliabel dan dapat diterima.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.34489634
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.709
Asymp. Sig. (2-tailed)		.696

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji test normalitas *one-sample kolmogorov-smirnov test* diatas yang dilakukan terhadap 60 responden menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi $0,696 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data di dalam penelitian berdistribusi secara normal.

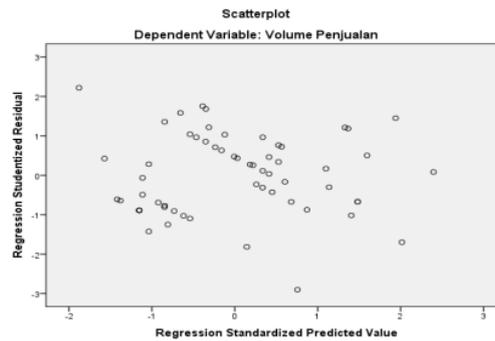
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya keberadaan heterokedasitas dapat dilakukan



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yakni ZPRED dengan residualnya yakni SRESID.



Gambar 1. Output Heteroskedastisitas
Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Terlihat pada gambar 1 diatas, grafik scatterplot tersebut bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji kebenaran dari variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara parsial, pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (Sig). Apabila hasil nilai sig yang dihitung dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika nilai sig hasil perhitungan lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Rumus perhitungan $t_{tabel} = t(a/2 ; n-k)$.

Keterangan :

n : Jumlah Responden

k : Jumlah Variabel Bebas

a : Nilai Konstanta

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients ^a			
	Model	T	Sig.
1	(Constant)	.312	.756
	Kualitas Produk	6.875	.000
	Saluran Distribusi	2.147	.036
a. Dependent Variable: Volume Penjualan			

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Pada tabel 4 diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} dari tiap variabel. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% atau 0,05 diuji dengan 2 sisi dengan rumus perhitungan $t_{tabel} = t(a/2 ; n-k)$, maka $t = (0,05/2) = 0,025$



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

dan $(60 - 2) = 58$. Sehingga 0,025 dengan 58 didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 2,002 (terlampir t_{tabel}).

Hasil dalam pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) sebagai berikut:

1) Kualitas Produk (X_1) terhadap Volume Penjualan (Y) H_{01} : Kualitas Produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) Roti Ca pada CV. Citra Abadi. H_{a1} : Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) Roti Ca pada CV. Citra Abadi. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima,

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Perhitungan pada pengujian diperoleh dari t_{hitung} untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 6.875. Jadi $6.875 > 2,002$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau Sig 0,000 > 0,05 yang berarti H_{01} ditolak sedangkan H_{a1} diterima.

2) Saluran Distribusi (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y) H_{02} : Saluran Distribusi (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) Roti Ca pada CV. Citra Abadi. H_{a2} : Saluran Distribusi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) Roti Ca pada CV. Citra Abadi. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima,

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Perhitungan pada pengujian diperoleh dari t_{hitung} untuk variabel saluran distribusi (X_2) sebesar 2.147. Jadi $2.147 > 2,002$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau Sig 0,36 < 0,05 yang berarti H_{02} ditolak sedangkan H_{a2} diterima.

2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Bertujuan untuk menguji Kualitas Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) secara bersama-sama terhadap Volume Penjualan (Y) pada CV. Citra Abadi (CA) maka dari itu digunakan uji F. Dasar pengambilan keputusan dan hasil perhitungan uji F sebagai berikut:

- Jika nilai sig < 0,05, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama terhadap variabel terikat (Y) maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak
- Jika nilai sig > 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama terhadap variabel terikat (Y) maka H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima.

Dengan menggunakan rumus mencari F_{tabel} :

$$Df = (n-k-1)$$

$$= (60-2-1) = 57 \text{ Sehingga didapatkan } F_{tabel} \text{ sebesar } 3,16 \text{ (terlampir } F_{tabel})$$

Keterangan :

n : Jumlah Responden

k : Jumlah Variabel Bebas



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	358.986	2	179.493	31.537	.000^b
	Residual	324.414	57	5.691		
	Total	683.400	59			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 hasil uji F diatas dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 31.537 dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%), df_1 atau jumlah variabel bebas = 2, df_2 atau $df = (n - k - 1) = 57$ dapat diketahui F_{tabel} sebesar 3,16. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31.537 > 3,16$). Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada CV. Citra Abadi.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan kata lain, Uji Koefisien Determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai Koefisiensi Determinasi ditentukan dari nilai *adjusted R square* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 ^a	.525	.509	2.386

a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Kualitas Produk

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Pada tabel 7 diatas, dpat dilihat hasil yang diperoleh pada nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,525 atau 52,5% yang berarti kemampuan variabel independen yaitu kualitas produk (X_1) dan saluran distribusi (X_2) pengaruhnya terhadap volume penjualan (Y) pada CV. Citra Abadi dan sisanya $(1 - 0,525) = 0,475$ atau 47,5% dipengaruhi variabel lain.

Uji Regresi Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Volume Penjualan (Y) dan seberapa besar pengaruhnya tersebut.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.384	4.429	
	Kualitas Produk	.659	.096	.648
	Saluran Distribusi	.189	.088	.202

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Dapat dilihat pada tabel 7 diatas, hasil pada uji penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk ialah 0,659, variabel Saluran Distribusi 0,189 dan juga menghasilkan konstanta sebesar 1,384 sehingga menghasilkan persamaan regresi berganda melalui hasil pengujian sebagai berikut:

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

$$Y = 1,384 + 0,659 (X_1) + 0,189 (X_2)$$

Hasil uji regresi berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,384 artinya jika variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) mendapat nilai 0 (nol) maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari Volume Penjualan (Y) sebesar 1,384.
2. Koefisien regresi variabel bebas Kualitas Produk (X_1) diperoleh sebesar 0,659 yang artinya menunjukkan bahwa apabila setiap mengalami peningkatan satuan variabel Kualitas Produk maka akan mempengaruhi tingkat Volume Penjualan sebesar 0,384.
3. Koefisien regresi variabel bebas Saluran Distribusi (X_2) diperoleh sebesar 0,189 yang artinya menunjukkan bahwa apabila setiap mengalami peningkatan satuan variabel Saluran Distribusi maka akan mempengaruhi tingkat Volume

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Dapat simpulkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan CV. Citra Abadi (CA) Bandar Lampung. Sehingga salah satu faktor untuk meningkatkan Volume Penjualan ialah Kualitas Produk.
2. Dapat disimpulkan Saluran Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan CV. Citra Abadi (CA) Bandar Lampung. Sehingga salah satu faktor untuk meningkatkan Volume Penjualan ialah Saluran Distribusi.
3. Dapat disimpulkan Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Sehingga salah satu faktor untuk meningkatkan Volume Penjualan ialah Kualitas Produk dan Saluran Distribusi.



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Saran dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan bahan pertimbangan dalam hal kualitas produk. Dikarenakan kualitas pada CV. Citra Abadi (CA) yang sudah bagus namun dapat dikembangkan lagi kualitasnya seperti membuat varian rasa baru untuk rotinya yang sudah tidak asing di telinga masyarakat atau rasa yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli roti tersebut. Sehingga bisa menjangkau masyarakat luas dan mendukung kesejahteraan masyarakat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dipergunakan sebagai bahan rujukan pada penelitian selanjutnya, serta diharapkan dapat menambahkan variabel penelitian lain seperti harga, promosi, *digital marketing*, dan lainnya agar memperluas sudut pandang dari masalah yang ada serta mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Widiarto and E. Hardiana, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan ARB Bakery di Kelurahan Sukmajaya,” *Sosio E-Kons*, vol. 13, no. 3, pp. 175–189, 2021.
- [2] M. Lestari, “Pengaruh kualitas produk, harga dan distribusi terhadap volume penjualan gerabah: studi kasus di Lombok Barat.” UIN Mataram, 2019.
- [3] Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- [4] Kotler, P. dan Armstrong, G., Ed., *Principle of Marketing, Pearson Education Limited*. England, 2018.
- [5] P. Widyastuti, “Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik,” *Ekspektra J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 17–28, 2018.
- [6] R. Abubakar, *Manajemen pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [7] D. Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- [8] I. Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEEY Yogyakarta, 2014.
- [9] B. Swastha, *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. Yogyakarta: BPFEEY Yogyakarta, 2020.
- [10] F. Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

- [12] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- [13] J. Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi 8*. Jakarta: Erlangga, 2016.



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.