

**PENGARUH PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DAN DIVERSIFIKASI  
PRODUK TERHADAP PENJUALAN PRODUK SARUNG TENUN**

**UD “ IBRAHIM MANRAPI”**

**DI GRESIK**

Ni Komang Priskiyandani

Jurusan Akuntansi

STIE MAHARDHIKA SURABAYA

**Abstrak**

*Penelitian ini dimaksudkan agar para pemasar mengetahui bahwa ada stimulus sederhana yang dapat dikembangkan untuk dapat meraih hati para konsumen untuk membeli sarung tenun tersebut agar penjualan sarung tenun terus meningkat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu, data penelitian ini diambil 6 tahun dimulai tahun 2012 hingga tahun 2017. Penelitian yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitan ini dari hasil Uji t (Parsial)  $4.380 \geq t$  tabel 2.26216 dengan tingkat signifikan 0,002 dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk ( $Y$ ). Dan variabel bebas yaitu diversifikasi produk ( $X_2$ ) sebesar  $3.469 \geq t$  tabel -2.26216 dengan tingkat signifikan 0,007 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan ( $Y$ ). dan hasil dari Uji F (Uji Simultan) sebesar 24.093 dengan tingkat signifikan 0,000 menunjukkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan diversifikasi produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk sarung tenun UD. Ibrahim Manrapi ( $Y$ ).*

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Penjualan Produk.**

**PENDAHULUAN**

Seiring dengan semakin pesatnya pembangunan, semakin pesat pula perkembangan dunia usaha. Manager selaku penanggung jawab perusahaan senantiasa dituntut mampu untuk mengambil keputusan secara tepat dan cepat atas masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan, oleh karena itu manager akan selalu memerlukan informasi yang cepat, cermat, relevan dan akurat sebagai bahan untuk pengambilan keputusan dan mampu melakukan apapun untuk meningkatkan perusahaan.

Dalam perkembangan ekonomi saat ini, perusahaan didorong untuk meningkatkan pertumbuhan dunia usaha, hal ini berarti semakin banyak peluang yang dimanfaatkan perusahaan untuk memperoleh laba yang lebih banyak. Untuk mencapai hal tersebut salah satunya dengan melakukan penjualan yang menguntungkan bagi perusahaanya.

Tujuan utama suatu perusahaan adalah menghasilkan laba bersih semaksimal mungkin. Penilaian dalam kinerja keuangan sering digunakan untuk membandingkan laba pada tahun tertentu dengan tahun sebelumnya. Apabila, perusahaan mampu meningkatkan laba dari tahun ke tahun, maka perusahaan tersebut mempunyai manajemen yang benar dan sukses. Sebagai produsen dari **UD. SARUNG TENUN IBRAHIM MANRAPI DI GRESIK** menghasilkan beberapa macam produk dalam melakukan produksinya, maka kualitas produk dan diversifikasi produk menjadi faktor pendukung dalam melaksanakannya penjualan. Peneliti bermaksud mengadakan penelitian ini guna mengetahui faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat penjualan produk. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dalam latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian sehubungan dengan tugas akademik penyusunan skripsi dengan berjudul **“Pengaruh Peningkatan Kualitas Produk Dan Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan Produk UD. Sarung Tenun Ibrahim Manrapi Di Gresik “**

#### **A. RUMUSAN MASALAH**

1. Apakah ada pengaruh secara parsial peningkatan kualitas produk dan diversifikasi produk terhadap penjualan ?
2. Apakah ada pengaruh secara simultan peningkatan kualitas produk dan diversifikasi produk terhadap penjualan ?

3. Apakah ada pengaruh secara dominan diantara kualitas produk dan diversifikasi produk terhadap hasil penjualan ?

## **B. LANDASAN TEORI**

### **Pengertian Akuntansi**

Akuntansi memiliki peranan penting dalam perusahaan untuk menyediakan informasi keuangan, karena akuntansi berfungsi memberikan informasi kuantitatif, terutama yang bersifat finansial yang diharapkan akan dapat dipergunakan sebagai salah satu alat dalam pengambilan keputusan ekonomi.

**Menurut Belkaoui (2010:2)** akuntansi adalah suatu aktivitas jasa. Berfungsi memberikan informasi kuantitatif, terutama bersifat finansil, tentang kesatuan ekonomi yang diharapkan akan dapat dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan ekonomi dan dalam pengambilan pilihan yang beralasan diantara cara bertindak alternatif.

### **Fungsi Akuntansi**

Fungsi akuntansi juga dapat dijadikan sebagai alat untuk membahasakan seperti apa yang terjadi di dalam suatu organisasi atau perusahaan. Informasi mengenai tata keuangan sangat dibutuhkan oleh pihak yang akan membuat keputusan dalam aktivitas selanjutnya baik orang yang ada di dalam maupun di luar organisasi dan dapat melihat perubahan keuangan suatu perusahaan yang terjadi di perusahaan, setiap perusahaan membutuhkan informasi mengenai laba atau rugi perusahaan.

Dengan akuntansi juga mengetahui jumlah modal yang dimiliki perusahaan dan perkembangan perusahaan pada periode tertentu. Kedua informasi tersebut bermanfaat untuk :

1. Untuk mengetahui besarnya modal yang dimiliki sebuah perusahaan
2. Untuk mengetahui perkembangan maju mundurnya sebuah perusahaan
3. Sebagai pondasi untuk menghitung pajak

4. Untuk menjelaskan kondisi sebuah perusahaan saat membutuhkan kredit dari bank atau pihak lainnya
5. Untuk patokan yang memutuskan kebijakan yang akan dilaksanakan
6. Untuk dapat menarik minat investor saham apabila perusahaan telah menjadi perseroan terbatas.

### **Kualitas Produk**

**Menurut Assauri (2011:7)** menyatakan bahwa kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan atau dibutuhkan dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan tumpuan dari keberhasilan usaha suatu perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan selalu berupaya untuk dapat terus meningkatkan kualitas produknya. Kualitas produk seharusnya tidak hanya dilihat dari sisi pandang pemakai atau pelanggan produk tersebut. Kualitas produk adalah bagaimana produk itu memiliki nilai yang dapat memuaskan pelanggan baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjuk pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Maka kualitas dapat didefinisikan sebagai jumlah dari sifat-sifat atau karakteristik yang dimiliki oleh produk atau jasa yang bersangkutan, misalnya: ketahanan atau kekuatan produk, kerapian dan sebagainya

### **Konsep Tentang Kualitas Produk**

Konsep tentang kualitas produk adalah konsep kualitas harus bersifat menyeluruh, baik produk maupun prosesnya. Kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi, sedangkan kualitas produk meliputi kualitas segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi perusahaan manufaktur dan proses penyediaan jasa atau pelayanan bagi perusahaan jasa. Kualitas produk harus dibangun sejak awal, dari penerimaan input hingga perusahaan

menghasilkan output bagi pelanggannya. Setiap tahapan dalam proses mempunyai pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Bagi Perusahaan**

Pengaruh kualitas bagi perusahaan menurut **Supriyono (2012:393)** perusahaan yang memproduksi tanpa memperhatikan kualitas produk sama saja dengan menghilangkan harapan masa depan perusahaan tersebut oleh karena mengalami kesulitan-kesulitan pemasaran dan tersaingi dengan produk yang sama dari perusahaan lain dengan kualitas yang lebih baik. Banyak perusahaan yang belum melakukan pengawasan terhadap kualitas secara optimal sehingga banyak pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan tidak sesuai dengan standard kualitas yang menyebabkan banyak produk cacat atau rusak.

### **Hal-Hal Yang Dibahas Dalam Pengembangan Produk**

Pengembangan produk baru menyangkut seluruh sumber daya perusahaan kini atau yang akan datang. Sumber daya ini harus di mobilisasi secara hati-hati, untuk itu diperlukan koordinasi dan kerja sama yang baik.

### **Peningkatan Hasil Penjualan Produk**

Kualitas peningkatan hasil penjualan dapat terjadi dengan 2 (dua) cara yaitu:

#### 1. Peningkatan Pangsa Pasar

**Menurut Assauri (2011: 334)** kualitas produk sangat terikat dengan kepuasan konsumen maka semakin baiklah posisi produk tersebut dalam persaingan, karena makin banyak dicari dan diminta produk tersebut oleh para konsumen. Dengan dihasilkan produk-produk dengan kualitas yang baik atau tinggi, maka kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut akan meningkat. Hal akan membawa dampak terjadinya peningkatan pangsa pasar sehingga hasil penjualan yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat.

#### 2. Penghematan Biaya

Jika perusahaan dalam awal pelaksanaan proses produksi telah melakukan pengendalian terhadap kualitas produknya dengan baik dan tepat, maka akan menghasilkan penghematan-penghematan yang sangat berarti bagi perusahaan terhadap total biaya operasinya dengan adanya penurunan total biaya produksi, sehingga perusahaan dapat berfungsi dengan perusahaan lain akan terjadi peningkatan hasil penjualan.

### **C. PENELITIAN TERDAHULU**

1. Nama Peneliti : Dedy Priambudi

Judul : Pengaruh produk rusak dan tingkat penjualan terhadap biaya produksi pada PT Kali Jaya Putra di Sidoarjo

Tahun: 2011.

Permasalahan: "Apakah produk rusak dan tingkat penjualan mempunyai pengaruh yang nyata terhadap biaya produksi pada PT. Kalijaya Putra Sidoarjo

Hipotesis : Diduga peningkatan produk rusak dan tingkat penjualan mempunyai pengaruh terhadap biaya produksi ”.

Hasil Analisis : Setelah diadakan pengujian tampak bahwa hipotesa diterima, dimana produk rusak ( $X_1$ ) dan tingkat penjualan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap biaya produksi. Hal ini dapat dilihat pada tabel t hitung untuk  $X_1$  sebesar 4,098 lebih besar dari t tabel 2.228 dan untuk  $X_2$  sebesar 3,478 lebih besar dari t tabel 2,228. Begitu juga dengan uji F diperoleh hitung sebesar 14,725 lebih besar dari F tabel 4,26 sehingga produk rusak dan tingkat penjualan secara parsial maupun secara bersama-sama berpengaruh terhadap biaya produksi.

Kesimpulan: Variabel bebas produk rusak mempunyai pengaruh yang berarti ini ditunjukkan oleh nilai pengaruh langsung terhadap produk rusak biaya produksi sebesar 0,6511. Variabel bebas tingkat penjualan

mempunyai pengaruh terhadap biaya produksi sekalipun pengaruhnya kurang berarti bila dibandingkan dengan pengaruh variabel bebas produk rusak. Hal ini ditunjukkan oleh nilai pengaruh langsung terhadap produk rusak terhadap biaya produksi sebesar 0,651 sedangkan nilai pengaruh langsung tingkat penjualan terhadap biaya produksi sebesar 0,03384. Sekalipun demikian keduanya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap biaya produksi. Pengaruh bersama ini tampak pada nilai multiple R sebesar 0,8752.

2. Nama Peneliti : Enny Kartika

Judul : “Pengaruh pengembangan produk sebagai marketing stimuli untuk meningkatkan volume penjualan PT. SS Utama di Surabaya”.

Tahun : 2010

Permasalahan : “Apakah dengan pengembangan produk melalui sebagai *marketing stimuli* (rangsangan pemasaran) dapat meningkatkan volume penjualan PT SS Utama di Surabaya. Dalam menganalisis data uji statistik yang digunakan adalah metode statistik regresi linier berganda. Variabel bebas yang digunakan adalah *improvement development*( $X_1$ ), *new use application* ( $x_2$ ) sedangkan variabelnya terikat volume penjualan (Y)

Hipotesis : 1. Diduga pengembangan produk melalui *improvement development* dan *new use application* sebagai *marketing stimuli* (rangsangan pemasaran) berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan. 2. Diduga pengembangan produk melalui *improvement development* dan *new use application* sebagai *marketing stimuli* (rangsangan pemasaran) berpengaruh paling dominan terhadap volume penjualan.

Hasil Analisis : Uji F kontribusi  $X_1, X_2$  terhadap  $Y$  sebesar 260102,3442 uji t ditarik kesimpulan bahwa *improvement development* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap volume penjualan.

Kesimpulan : 1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa, diduga *improvement development* dan *new use application* berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan. Setelah diadakan pengujian dengan menggunakan uji F maka hipotesis tersebut dapat terbukti kebenarannya. 2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa, diduga antara *improvement development* dan *new use application* ada yang paling dominan mempengaruhi volume penjualan, maka setelah diadakan pengujian dengan menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa yang paling dominan adalah *improvement development*.

3. Nama Peneliti : Wardatul Hasanah

Judul : Pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada industri tape di Kabupaten Bondowoso Tahun 2010.

Tahun : 2012

Hasil : Diversifikasi Produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Variabel diversifikasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sebesar 81,7%

4. Nama Peneliti : Khamidi Fauzi

Judul : Pengaruh diversifikasi produk terhadap penjualan (studi kasus pada perusahaan konveksi "Faiza Bordir Bangil Pasuruan"

Tahun : 2013

Hasil : Diversifikasi produk berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan perusahaan konveksi Faiza Bordir Bangil Pasuruan.

5. Nama Peneliti : Maya Eka Novitasari



Judul : Pengaruh diversifikasi produk dan distributor terhadap volume penjualan soevenir (pada industri kerajinan kerang di kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2012)

Tahun : 2013

Hasil : Diversifikasi produk dan distributor berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, yaitu sebesar 70% variabel diversifikasi produk secara parsial berpengaruh 41,7%

6 Nama Peneliti : Nur Ahmad Habibi

Judul : Pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada Frolic Clothing Semarang.

Tahun : 2014

Hasil : Pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan sebesar 27,211%  $t_{hitung}$  sebesar 5,025 dengan signifikansi  $0,01 < 0,05$  sehingga diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

7 Nama Peneliti : Febriyanto

Judul : Pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan pada konveksi busana muslim Clothing Kendal.

Tahun : 2015

Hasil : Pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan sebesar 28,112% diperoleh  $t_{hitung}$  5,345 signifikansi  $1 > 0,05$  maka pengembangan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

#### **D. METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Alat analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Penelitian ini data primer diperoleh dari hasil jawaban responden

melalui penyebaran kusioner. Kusioner diberikan kepada pemilik UD. Sarung Tenun Ibrahim Manrapi Di Gresik.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian disimpulkan menurut **Sugiyono (2015:119)**. Populasi pada penelitian ini adalah data produksi dan penjualan pada produk sarung tenun UD. Ibrahim Manrapi di Gresik periode tahun 2012-2017 (6 tahun). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh peneliti. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah Metode *Non Probalitty* dengan teknik *judgement sampling*. *Judgement sampling* pada dasarnya merupakan suatu bentuk *convenience sampling* bila ditinjau dari cara pengambilan unit-unit sampelnya. Sampel diambil berdasarkan pada kriteria-kriteria yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti. Dalam perumusan kriterianya, subjektifitas dan pengalaman dari peneliti sangat berperan.

### **E. ANALISIS DATA**

Untuk menganalisis data yang diperoleh sehubungan dengan pengujian hipotesis, data diolah terlebih dahulu, dan kemudian untuk pengujiannya digunakan metode statistik, dengan teknik analisis dan uji hipotesis yang akan dipaparkan dalam analisis kuantitatif, teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan menggunakan program SPSS.

#### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi ini dilakukan untuk memberikan pre-test terhadap suatu instrument yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan di proses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah

diperoleh. Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedasitas.

### Uji Normalitas

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Predicted Value
N			12
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		306718144.2499999
	Std. Deviation		24246468.32600101
	Absolute		.192
Most Extreme Differences	Positive		.192
	Negative		-.142
Kolmogorov-Smirnov Z			.665
Asymp. Sig. (2-tailed)			<b>.768</b>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Uji Normalitas, Lampiran

Dari hasil perhitungan di atas, dipernilai nilai tingkat signifikansi 0,768 atau lebih dari 0,05. Artinya data dalam model regresi untuk penelitian ini terdistribusi normal.

### Uji Multikolonieritas

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>											
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics			
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF		
1	(Constant)	-413008230.3	151355466.2		-2.729	.023							
	Kualitas Produk	7388892.921	1686855.303	.620	4.380	.002	.795	.825	.579	.873	.873	1.146	1.146
	Diversifikasi Produk	172525.621	49727.022	.491	3.469	.007	.712	.756	.459	.873	.873	1.146	1.146

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Sumber : Hasil Uji Multikolinieritas, Lampiran

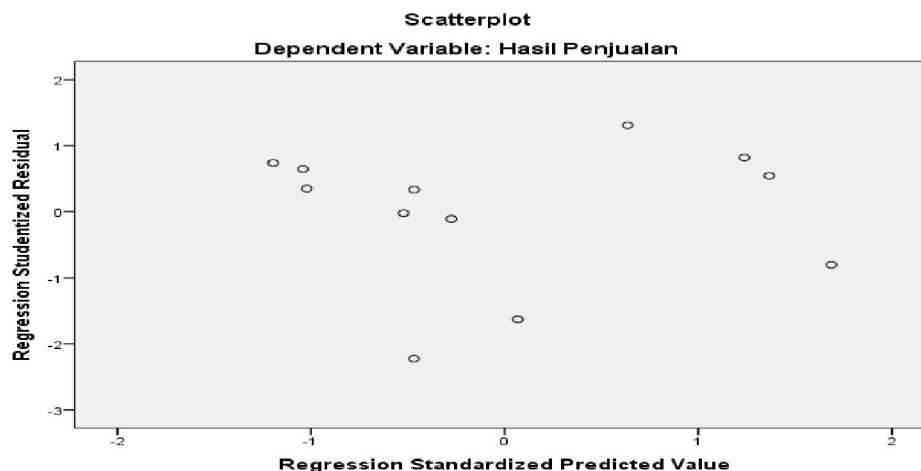
Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS dalam tabel 4.5, diperoleh hasil bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 10%, sedangkan nilai VIF

kurang dari 10. Dengan demikian dapat diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini terhindar dari gejala multikolieniritas.

### Uji Heterokedasitas

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Heterokedasitas**

#### Charts



Sumber : Hasil Uji Heterokedasitas, Lampiran

Dari gambar di atas scatter plot terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak ada kecenderungan untuk membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.7**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-413008230.3	151355466.2		-2.729	.023					
	Kualitas Produk	7388892.921	1686855.303	.620	4.380	.002	.795	.825	.579	.873	1.146
	Diversifikasi Produk	172525.621	49727.022	.491	3.469	.007	.712	.756	.459	.873	1.146

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Sumber : Hasil Regresi Linier Berganda, Lampiran

Pada tabel 4.7 tersebut diatas, mengenai hasil pengolahan SPSS, maka dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -4138008230 + 73888892 X_1 + 172525 X_2$$

Dari hasil persamaan tersebut di atas, maka dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar -4138008230. Artinya tanpa adanya pengaruh dari variabel kualitas produk dan diversifikasi produk, maka nilai variabel penjualan produk tetap atau konstan sebesar -4138008230.
2. Nilai koefisien variabel kualitas produk sebesar 73888892. Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas produk, akan mengakibatkan kenaikan variabel penjualan sebesar 73888892, dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap.

Nilai koefisien variabel diversifikasi produk sebesar 172525. Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel diversifikasi, akan mengakibatkan kenaikan variabel penjualan sebesar 0,381, dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap.

## Pengujian Hipotesis

### Uji F (Simultan)

**Tabel 4.8**  
Hasil dari Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.467E+15	2	3.233E+15	24.093	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1.208E+15	9	1.342E+14		
	Total	7.675E+15	11			

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

b. Predictors: (Constant), Diversifikasi Produk, Kualitas Produk

Sumber : Hasil Uji F, Lampiran

Dari hasil perhitungan dalam tabel 4.8 diperoleh nilai Ftabel sebesar 4.256495 sedangkan Fhitung sebesar 24.093 dengan tingkat signifikansi 0,000. Artinya secara simultan peningkatan kualitas produk dan diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk sarung.

### Uji t (Parsial)

**Tabel 4.9**

## Hasil Dari Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-413008230.3	151355466.2		-2.729	.023					
	Kualitas Produk	7388892.921	1686855.303	.620	4.380	.002	.795	.825	.579	.873	1.146
	Diversifikasi Produk	172525.621	49727.022	.491	3.469	.007	.712	.756	.459	.873	1.146

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Sumber : Hasil Uji t, Lampiran

t tabel diperoleh dengan rumus  $Df = n - k$  yaitu  $Df = 12 - 3 = 9$ . Sehingga diperoleh nilai t tabel -2.26216. Adapun penjelasan untuk hasil uji parsial adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 4.380 lebih besar dari t tabel 2.26216 dengan tingkat signfiikan 0,002. Artinya secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan.
2. Diversifikasi produk diperoleh nilai t hitung sebesar 3.469 lebih besar dari tabel -2.26216 dengan tingkat signfiikan 0,007. Artinya secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

### Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Secara Parsial

Dari pengujian tabel 4.9 diperoleh nilai t hitung untuk variable kualitas produk = 4,379 dan diversifikasi produk = 3,349. Besarnya t tabel =2,262. Nilai t hitung dari variabel kualitas produk dan diversifikasi produk berada di daerah penolakan  $H_0$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan diversifikasi produk berpengaruh terhadap hasil penjualan produk UD. Sarung Tenun UD. Ibrahim Manrapi. Besar kecilnya pengaruh kualitas produk dan diversifikasi produk terhadap hasil penjualan dapat dilihat dari tabel 4.7 yang diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = -4,10E + 08 + 7355335,5 X_1 + 170957,75 X_2$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa setiap kenaikan kualitas produk terjadi peningkatan hasil penjualan sebesar Rp. 7.355.335,5 dengan

asumsi variabel bebas lainnya konstan. Setiap kenaikan diversifikasi produk terjadi peningkatan hasil penjualan sebesar Rp.170.975,75 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan dan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap hasil penjualan.

### **Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Secara Simultan**

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan diversifikasi produk terhadap hasil penjualan. Dalam analisis ini digunakan model statistik regresi linier berganda dan dalam pengolahan data menggunakan program komputer paket SPSS.

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan diperoleh nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) = 0,843. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan diversifikasi produk memiliki pengaruh sebesar 84.3% terhadap hasil penjualan, sedangkan sisanya 15.7% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat maka perlu dilakukan uji secara simultan dengan menggunakan uji F. Setelah pengujian dilakukan diperoleh nilai F hitung sebesar 23,990 sedangkan besarnya F tabel 4,26. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel sehingga nilai F hitung tersebut berada di daerah penolakan  $H_0$ . Artinya variabel kualitas produk dan diversifikasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan UD. Sarung Tenun Ibrahim Manrapi.

### **F. KESIMPULAN**

1. Berdasarkan dari hasil uji t, kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar  $4.380 \geq t$  tabel 2.26216 dengan tingkat signifikan 0,002. maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk (Y). artinya, jika kualitas produk baik, maka volume penjualan akan meningkat.

2. Berdasarkan dari hasil uji t, diversifikasi produk diperoleh nilai t hitung sebesar  $3.469 \geq t$  tabel  $-2.26216$  dengan tingkat signifikan  $0,007$ . maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu diversifikasi produk ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan ( $Y$ ). artinya, jika diversifikasi produk baik, maka volume penjualan akan meningkat.
3. Berdasarkan dari hasil uji F, diperoleh nilai F tabel  $4.256495$  sedangkan F hitung sebesar  $24.093$  dengan tingkat signifikan  $0,000$ . maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan diversifikasi produk ( $X_2$ ) secara dominan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu penjualan produk sarung tenun ( $Y$ ).

#### **G. SARAN**

1. UD Sarung Tenun "Ibrahim Manrapi" Di Gresik dalam memasarkan produknya hendaknya lebih memperhatikan variabel kualitas produk, Dikarenakan kualitas produk berpengaruh pada segmen pasar dan juga berpengaruh pada daya saing antar perusahaan dan variabel diversifikasi produk juga diperlukan untuk menunjang kualitas produk agar konsumen tidak beralih ke produk lain yang dikarenakan mengalami kejenuhan akan produk yang dihasilkan.
2. Bagi investor dan calon investor disarankan sebelum melakukan investasi pada perusahaan, perlu memahami bagaimana cara menganalisa keseluruhan kemungkinan yang berkaitan dengan peningkatan pada penjualan tersebut.
3. Bagi kalangan akademis disarankan adanya keterbatasan dalam penelitian ini, maka perlu ditambah lebih banyak faktor yang memungkinkan dapat mempengaruhi peningkatan kualitas produk di perusahaan tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofyan, 2011, *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi keempat*, Penerbit FE UI, Jakarta.
- Belkaoui, Ahmed, 2010, *Accounting Theory (Teori Akuntansi)*, Terjemahan Drs.Erwan Dukat,Akt, Penerbit Ak Group, Yogyakarta.
- Basu, Swastha, 2013, *Manajemen Pemasaran, Edisi satu, Cetakan 1*, Yogyakarta.
- Dajan, Anto, 2011, *Pengantar Metode Statistik, Jilid I*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Everet, Adams Jr, 2010, *Production and Operation Management*, Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Fauzi Khamidi , 2013, *Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi "Faiza Bordir "Bangil Pasuruan)*.
- Febriyanto , 2015, *Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal Semarang*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Ghozali, Imam, 2011, " *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*", Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- \_\_\_\_\_ 2012, " *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 20*",Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Guiltinan, Joseph , 2009, *Manajemen Pemasaran, terjemahan Agus Maulana*, Edisi Kedua, Jakarta.
- Habibi, Nur Ahmad, 2014, *Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Frolich Clothing Semarang*,Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Hansen, 2009, *Management Accounting 4<sup>th</sup> Edition*, Penerbit College Divition South Western Publishing, Cincinnati Ohio.
- Hasanah, Wardatul, 2012, *Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Tape di Kabupaten Bondowoso Tahun 2010*, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
- Hermawan Lucius, 2015, *Strategi Diversifikasi Produk Olahan Tahu Khas Kota Kediri*, Jurnal JIBEKA, VoL. 9,No.2, Hal:26-32.
- Kartika, Enny, 2010, *Pengaruh Pengembangan Produk Sebagai Marketing Stimuli Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. SS Utama Di Surabaya*,Universitas Pembangunan Nasional "Veteran " Surabaya, Jawa Timur.
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran, Jilid I*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

\_\_\_\_\_, 2009, *Manajemen Pemasaran, Jilid I*, Penerbit Erlangga, Jakarta, Hal: 217-218.

Nazir, Muhammad, 2012, *Metode Penelitian, Edisi tiga*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Novitasari, Maya Eka, 2013, *Pengaruh Diversifikasi Produk Dan Distributor Terhadap Volume Penjualan Soevenir (Pada Industri Kerajinan Kerang Di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo tahun 2012)*.

Priambudi, Deddy, 2011, *Pengaruh Produk Rusak Dan Tingkat Penjualan Terhadap Biaya Produksi Pada PT. Kali Jaya Putra di Sidoarjo*, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Surabaya, Jawa Timur.

Sudjana, 2009, *Teknik Analisa Regresi dan Korelasi, edisi tiga*, penerbit Tarsito, Bandung.

Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Supriyono, 2012, *Akuntansi Biaya Dan Akuntansi Manajemen Untuk Teknologi Maju Dan Globalisasi*, BPFE, Yogyakarta.

Sutojo, Siswanto, 2010, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan Kedua, Jakarta, LPPM dan PT Pustaka Binaman Pressindo.

