

Pengaruh Dana Pihak Ketiga, *Capital Adequacy Ratio*, *Loan To Deposito Ratio*, dan *Firm Size* terhadap Profitabilitas

Manajemen

Titiek Indriani ¹, Catur Wahyudi ^{2*}, Ira Maya Hapsari ³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal

*Email: caturwahyudi@upstegal.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 01-12-2023

Revision: 30-12-2023

Published: 30-12-2023

DOI Article:

10.24905/konsentrasi.v4i1.43

A B S T R A K

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line* terhadap *Sales Volume* pada retailer Sarung Pohon Korma produk dari PT Asaputex Jaya Tegal. Responden pada penelitian ini adalah retailer PT Asaputex Jaya Tegal yang ada di Kabupaten dan Kota Tegal sejumlah 90 responden. Untuk teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil dari uji t (parsial) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Product Price* (X1) berpengaruh terhadap *sales product*. *Product Quality* (X2) berpengaruh terhadap *sales product*, dan untuk *Distribution Line* (X3) tidak berpengaruh terhadap *sales product*. Sedangkan hasil uji F (simultan) menunjukkan *product line*, *Product Quality*, dan *Distribution Line* berpengaruh terhadap *sales product*.

Kata Kunci: *Product Price*, *Product Quality*, *Distribution Line*, *Sales Volume*

A B S T R A C T

This research was conducted to analyze the influence of Product Price, Product Quality and Distribution Line on Sales Volume at the Sarong Tree Korma retailer, a product from PT Asaputex Jaya Tegal. The respondents in this research were the retailer PT Asaputex Jaya Tegal in Tegal Regency and City, totaling 90 respondents. The data collection techniques used were interviews and questionnaires. The research method used is a quantitative approach. And the analytical tool used in this research is multiple regression analysis. The results of the t test (partial) that have been carried out show that Product Price (X1) has an effect on product sales. Product Quality (X2) has an effect on product sales, and Distribution Line (X3) has no effect on product sales. Meanwhile, the results of the F test (simultaneous) show that product line, Product Quality and Distribution Line have an influence on product sales.

Acknowledgment

Key word: *Product Price, Product Quality, Distribution Line, Sales Volume*

©2023 Published by Konsentrasi. Selection and/or peer-review under responsibility of Konsentrasi

PENDAHULUAN

Sarung sebagai bagian dari fashion memiliki beragam macam motif, warna, ukuran, dan harga. PT Asaputex Jaya Tegal merupakan perusahaan industri yang mengelola sarung merek Pohon Korma dengan berbagai jenis motif dan kualitas yang telah terdaftar pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.

Permasalahan penurunan penjualan dapat disebabkan karena *Product Price* yang ditawarkan tidak sesuai dengan kondisi perekonomian masyarakat pada saat itu, dimana masyarakat memiliki banyak pengeluaran untuk kebutuhan pokok lainnya. Dan juga harga yang ditawarkan kurang terjangkau dibandingkan dengan sarung merek lain. Selain karena faktor *Product Price*, penurunan penjualan juga bisa disebabkan karena *Product Quality*, tidak sedikit konsumen yang merasa tidak puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Produk yang ditawarkan mungkin saja mempunyai kualitas bahan baku yang buruk, motif atau model yang kurang update, warna yang kurang bervariasi, atau bisa juga karena kemasannya kurang menarik. Dan konsumen seringkali menjumpai kendala untuk dapat memperoleh produk yang diinginkan. Seperti tidak tersedianya retail yang menjual atau menawarkan produk tersebut. Hal ini jelas sekali akan mempengaruhi penjualan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line* terhadap *Sales Volume* pada PT Asaputex Jaya Tegal. Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini adalah (1) Penelitian yang dilakukan oleh Wijayasari & Mahfudz (2018) dengan judul “Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. (2) Penelitian yang dilakukan oleh Cahya (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Seni Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Tenun Samarinda” menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. (3) Penelitian yang dilakukan oleh Sopiani et al. (2022) yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Departement Store Kota Cimahi” menyebutkan bahwa saluran distribusi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (4) Penelitian yang dilakukan

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 4, No. 1, Desember 2023, p. 10-9

oleh Alaslan (2022) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kelompok Usaha Kain Tenun Di Kota Saumlaki” menjekaskan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. (5) Penelitian yang dilakukan oleh Italina & Fakhurrrazi (2019) dengan judul Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pakaian Pada Toko Grosir Kadafi Collection” yang menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Suliyanto (2018) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif, yang berbentuk angka atau bilangan. Populasi pada penelitian ini adalah *retailer* PT Asaputex Jaya Tegal yang berada diwilayah Kabupaten dan Kota Tegal. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair et.al dengan ketentuan sebagai berikut (Hair et al., 2010:176). dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu *convenience sampling*. Pada analisis digunakan analisis regresi linear berganda.

Hipotesis

H₁: Terdapat pengaruh *Product Price* secara positif dan signifikan terhadap *Sales Volume*

H₂: Terdapat pengaruh *Product Quality* secara positif dan signifikan terhadap *Sales Volume*

H₃: Terdapat pengaruh *Distribution Line* secara positif dan signifikan terhadap *Sales Volume*

H₄: Terdapat pengaruh *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line* secara simultan terhadap *Sales Volume*

HASIL

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
	(Constant)	3.311	2.017	
1	<i>Product Price</i> (X1)	.257	.065	.420
	<i>Product Quality</i> (X2)	.140	.058	.255
	<i>Distribution Line</i> (X3)	.040	.062	.062

a. Dependent Variable: *Sales Volume* (Y)

Sumber: Data diolah SPSS versi 22

Dari tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,311 + 0,257 (X_1) + 0,140 (X_2) + 0,040 (X_3)$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut interpretasinya adalah sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 3,311 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap tidak ada, maka rata-rata *Sales Volume* sebesar 3,311.
- Koefisien regresi *Product Price* (X_1) sebesar 0,257 bertanda positif, artinya setiap terjadi penambahan *Product Price* sebesar satu satuan akan meningkatkan *Sales Volume* sebesar 0,257 jika diasumsikan variabel independen lainnya tetap.
- Koefisien regresi *Product Quality* (X_2) sebesar 0,140 bertanda positif, artinya setiap kali terjadi penambahan *Product Quality* sebesar satu satuan akan meningkatkan *Sales Volume* sebesar 0,140 jika diasumsikan variabel independen lainnya tetap.
- Koefisien regresi *Distribution Line* (X_3) sebesar 0,040 bertanda positif meskipun nilainya kecil, artinya setiap kali terjadi penambahan *Distribution Line* sebesar satu satuan akan meningkatkan *Sales Volume* sebesar 0,040 jika diasumsikan variabel independen lainnya tetap.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.311	2.017		1.642	.104
	<i>Product Price</i> (X1)	.257	.065	.420	3.953	.000
	<i>Product Quality</i> (X2)	.140	.058	.255	2.402	.018
	<i>Distribution Line</i> (X3)	.040	.062	.062	.642	.523

a. Dependent Variable: *Sales Volume* (Y)

Sumber: Data diolah SPSS versi 22

Dari tabel diatas dapat diinterpretasikan bahwa:

- Pada uji statistik t, *Product Price* (X_1) mempunyai nilai t hitung 3.953 > nilai t tabel 1,663 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga secara parsial *Product Price* berpengaruh signifikan terhadap *Sales Volume*.
- Pada uji statistik t, *Product Quality* (X_2) mempunyai nilai t hitung 2,402 > nilai t tabel 1,663 dengan tingkat signifikansi 0,018 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 4, No. 1, Desember 2023, p. 10-9

diterima sehingga secara parsial *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Sales Volume*.

- 3) Pada uji statistik t, *Distribution Line* (X_3) mempunyai nilai t hitung $0,642 <$ nilai t tabel $1,663$ dengan tingkat signifikansi $0,523 > 0,05$ yang artinya H_0 diterima dan H_3 ditolak sehingga secara parsial *Distribution Line* tidak berpengaruh positif terhadap *Sales Volume*.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 3. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F-test)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	457.299	3	152.433	19.872	.000 ^b
	Residual	659.674	86	7.671		
	Total	1116.973	89			

a. Dependent Variable: *Sales Volume* (Y)

b. Predictors: (Constant), *Distribution Line* (X_3), *Product Price* (X_1), *Product Quality* (X_2)

Sumber: Data diolah SPSS versi 22

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima yang artinya secara simultan variabel independen yaitu *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line* berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *Sales Volume*. Hal tersebut didasari dengan nilai F hitung $19,872 >$ F tabel $2,711$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.409	.389	2.769589

a. Predictors: (Constant), *Distribution Line* (X_3), *Product Price* (X_1), *Product Quality* (X_2)

b. Dependent Variable: *Sales Volume* (Y)

Sumber: Data diolah SPSS versi 22

Dari hasil output SPSS model summary besarnya adjusted R square adalah 0,389 yang artinya 38,9% variasi *Sales Volume* dapat dijelaskan oleh variasi *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line*. Selebihnya ($100\% - 38,9\% = 61,1\%$), dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Pengaruh *Product Price* terhadap *Sales Volume*

Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Product Price* (X1) terhadap *Sales Volume* (Y) pada PT Asaputex Jaya Tegal. Hal ini didasari dengan, nilai koefisien regresi sebesar 0,257, nilai t hitung 3,953 > nilai t tabel 1,663 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima.

Dalam implikasi praktisnya *Product Price* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *Sales Volume* PT Asaputex Jaya Tegal. Hal ini menunjukkan bahwa *Product Price* memiliki nilai positif terhadap *Sales Volume* sehingga jika harga Sarung Pohon Korma dapat dijangkau oleh konsumen dan mampu bersaing dengan merek lain maka akan berakibat pada loyalitas konsumen yang tentunya dapat mendorong penjualan perusahaan. Ketika perusahaan memiliki iconic yang berbeda dengan kompetitor seperti menawarkan harga yang rendah maka itu dapat menjadi ujung tombak bagi penjualan perusahaan.

Pengaruh *Product Quality* terhadap *Sales Volume*

Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Product Quality* (X2) terhadap *Sales Volume* (Y) pada PT Asaputex Jaya Tegal. Hal ini didasari dengan, nilai koefisien regresi sebesar 0,140, nilai t hitung 2,402 > nilai t tabel 1,663 dengan tingkat signifikansi $0,018 < 0,05$ yang artinya H0 ditolak dan H2 diterima.

Dalam implikasi praktisnya *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *Sales Volume* PT Asaputex Jaya Tegal. Jika Sarung Pohon Korma mampu berinovasi untuk menyediakan berbagai macam motif, warna dan bahan untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan konsumen maka hal tersebut berdampak pada keputusan pembelian konsumen yang mampu meningkatkan penjualan Sarung Pohon Korma. *Product Quality* erat hubungannya dengan nilai pelanggan, artinya konsumen akan memutuskan untuk membeli dan loyal terhadap produk adalah tergantung seberapa tinggi tingkat kualitas produk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pengaruh *Distribution Line* terhadap *Sales Volume*

Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Distribution Line* (X3) terhadap *Sales Volume* (Y) pada PT Asaputex Jaya Tegal. Hal ini didasari dari nilai koefisien regresi sebesar 0,040, nilai t hitung 0,642 < nilai t tabel 1,663 dengan tingkat signifikansi $0,523 > 0,05$ yang artinya H0 diterima dan H3 ditolak.

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 4, No. 1, Desember 2023, p. 10-9

Implikasi praktisnya *Distribution Line* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Sales Volume* PT Asaputex Jaya Tegal. Terbatasnya jumlah retailer yang menjual Sarung Pohon Korma di wilayah Kabupaten dan Kota Tegal mengakibatkan masyarakat kurang famous dan lebih memilih merek lain yang mudah didapatkan dan banyak dijual di toko-toko. Hal tersebut tentunya berpengaruh terhadap penurunan penjualan Sarung Pohon Korma. Oleh karena itu alangkah baiknya PT Asaputex Jaya Tegal lebih menggiatkan lagi dalam mendistribusikan produknya agar dapat dijangkau oleh konsumen.

Pengaruh *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line* secara simultan terhadap *Sales Volume*

Secara simultan variabel independen yaitu *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu *Sales Volume* pada PT Asaputex Jaya Tegal. Hal tersebut didasari dengan nilai F hitung $19,872 >$ nilai F tabel $2,711$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Dalam implikasi praktisnya *Product Price*, *Product Quality*, dan *Distribution Line* berpengaruh dalam peningkatan *Sales Volume* perusahaan. Apabila Sarung Pohon Korma memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan sarung lain, menyediakan sarung yang beragam jenisnya dengan kualitas yang baik serta memperluas jangkauan distribusinya hal tersebut dapat mendorong keputusan konsumen untuk memilih Sarung Pohon Korma untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehingga hal ini berpengaruh positif terhadap *Sales Volume* pada PT Asaputex Jaya Tegal.

Nilai koefisien korelasi pada kolom adjusted R square adalah $0,389$ yang artinya $38,9\%$ variasi *Sales Volume* dapat dijelaskan oleh variasi *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line*. Selebihnya ($100\% - 38,9\% = 61,1\%$), dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini yaitu inovasi produk, promosi dan brand image.

SIMPULAN

Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Product Price* (X1) terhadap *Sales Volume* (Y) pada PT Asaputex Jaya Tegal terbukti dengan koefisien regresi sebesar $0,257$, nilai t hitung $3,953 >$ nilai t tabel $1,663$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H1 diterima. Pernyataan tersebut menunjukkan pengaruh yang searah, yang artinya jika perusahaan mampu menetapkan harga yang tepat maka akan berakibat pada peningkatan penjualan perusahaan.

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 4, No. 1, Desember 2023, p. 10-9

Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Product Quality* (X2) terhadap *Sales Volume* (Y) pada PT Asaputex Jaya Tegal terbukti dengan koefisien regresi sebesar 0,140, nilai t hitung 2,402 > nilai t tabel 1,663 dengan tingkat signifikansi 0,018 < 0,05 yang artinya H2 diterima. Pernyataan tersebut menunjukkan pengaruh yang searah, yang artinya jika perusahaan mampu menawarkan kualitas produk yang baik kepada konsumen maka akan menimbulkan kenaikan penjualan.

Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Distribution Line* (X3) terhadap *Sales Volume* (Y) pada PT Asaputex Jaya Tegal dibuktikan dari koefisien regresi sebesar 0,040, nilai t hitung 0,642 < nilai t tabel 1,663 dengan tingkat signifikansi 0,523 > 0,05 yang artinya H3 ditolak. Pernyataan tersebut artinya perusahaan harus memperbaiki strategi distribusinya agar produk dapat dijangkau konsumen yang kemudian mampu meningkatkan penjualan perusahaan.

Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Product Price*, *Product Quality* dan *Distribution Line* terhadap *Sales Volume* pada PT Asaputex Jaya Tegal yang dibuktikan dengan nilai F hitung 19,872 > nilai F tabel 2,711 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang artinya H4 diterima. Pernyataan tersebut menggambarkan apabila suatu produk memiliki harga yang terjangkau, kualitas yang baik dan mudah untuk didapati maka produk tersebut akan laku keras dipasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alasan, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Kelompok Usaha Kain Tenun Larsasam, Ebhisa dan Aawy Eras di Kota Saumlaki. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 23–28. <https://stiemituqaen.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/download/606/440/>
- Cahya, F. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Seni Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Tenun Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(4), 596–601. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i4.4684>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Ed. 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed).
- Italina, C., & Fakhrurrazi. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pakaian pada Toko Grosir Kadafi Collection di Kota Sigli Kabupaten Pidie. *Jurnal Sains Riset*, 9(3), 61–67. <https://doi.org/10.47647/jsr.v9i3.160>
- Kodrat, D. S. (2009). *Manajemen Distribusi: Old Distribution Channel and Postmo Distribution Channel Appoarch*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 4, No. 1, Desember 2023, p. 10-9

Sopiani, S., Larashati, I., Juhana, D., & Malik, E. (2022). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian (Survei Produk Fashion pada salah satu Departement Store di Kota Cimahi). *Jurnal Bisnis Dan Iptek*, 15(1), 15–28. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2>

Stanton, W. J. (2018). *Prinsip Pemasaran* (Ed.7). Jakarta: Erlangga.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi* (Ed. 1). Yogyakarta: CV Andi Offset.

Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern* (Ed. 2). Yogyakarta: Liberty Offset.

Tjiptono, F. (2001). *Total Quality Management* (Ed. Revisi). Yogyakarta: CV Andi Offset.

Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>