



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN TEMPAT TERHADAP PENJUALAN AIR MINUM ISI ULANG (STUDI DI KECAMATAN RAMBAH HILIR KABUPATEN ROKAN HULU)

Admarita ¹⁾, Purwantoro ²⁾

Managemen Faculty , University of Pasir Pengaraian

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima

Disetujui

Dipublikasikan

Keywords:

Kualitas Produk,

Harga, Tempat ,

Penjualan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan tempat terhadap penjualan air minum isi ulang di Kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu yang berjumlah 20 orang responden. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh yang sig. terhadap variabel penjualan, yang dinyatakan dengan uji t dimana variabel kualitas produk bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yakni $-,716 < 1,745$ (2) variabel Harga memiliki pengaruh yang sig. terhadap variabel penjualan, yang dinyatakan dengan Uji t dimana variabel harga bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , yakni $6,576 > 1,745$ (3) variabel Tempat tidak memiliki pengaruh yang sig. terhadap variabel Penjualan, yang dinyatakan dengan uji t dimana bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yakni $-,074 < 1,745$. Selanjutnya, (4) Secara bersama-sama ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga dan Tempat berpengaruh terhadap Penjualan. Hal ini dapat terlihat dari Uji f menunjukkan nilai sig. dari ketiga variabel bebas yaitu variabel Kualitas Produk, Harga dan Tempat nilainya sebesar $F_{hitung} < F_{tabel}$ yakni $0,400 > 2,71..$

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF QUALITY OF PRODUCTS, PRICES AND PLACES ON SALES OF REFILL DRINKING WATER (STUDY IN HILIR RAMBAH DISTRICT, ROKAN HULU DISTRICT)

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, price and temperature on the sale of refill drinking water in Rambah Hilir District, Rokan Hulu Regency. The population in this study are consumers who shop in Rambah Hilir District, Rokan Hulu Regency, with a total of 20 respondents. The sampling technique used is random sampling. The results showed that (1) the Product Quality variable did not have a significant effect. on the sales variable, which is stated by the t test in which the product quality variable that $t_{count} < t_{table}$, i.e. $- 716 < 1.745$ (2) Price variable has a significant effect. on the sales variable, which is stated by the t test where the price variable is that the $t_{count} >$ of the table, which is $6.576 > 1.745$ (3) the Place variable has no significant effect. against the Sales variable, which is stated by the t test where that the value of $t < t$ table, that is $-, 074 < 1.745$. Furthermore, (4) Together the three independent variables namely Product Quality, Price and Place affect Sales. This can be seen from the Test f shows the value of sig. of the three independent variables namely the variable Product Quality, Price and Place value of $F_{count} < F$ table which is $0.400 > 2.71.$

□ Alamat korespondensi :

Universitas Pasir Pengaraian

E-mail:

P-ISSN 2684-9666

E-ISSN 2684-8503

PENDAHULUAN

Usaha air minum isi ulang harus mempunyai izin untuk membuka usaha tersebut, dengan adanya izin untuk membuka usaha tersebut maka kualitas air yang dihasilkan sangat bagus atau sesuai dengan standar kesehatan Nasional Indonesia, akan tetapi pada daerah Rokan Hulu terutama daerah Kecamatan Rambah Hilir hanya beberapa depot yang mempunyai izin membuka depot air dan ketentuan yang berlaku dari dinas kesehatan Rokan Hulu adalah setiap minggunya depot isi ulang wajib untuk diperiksa, baik kebersihan air, kebersihan alat, kebersihan tempat dan lain sebagainya, di kecamatan Rambah Hilir hanya beberapa depot yang berani untuk melaksanakan perintah sesuai dengan anjuran Kepala Dinas Kesehatan Rokan Hulu.

Sasaran mutu yang ditetapkan adalah memproduksi air minum dalam kemasan yang mengacu peraturan Dinas Kesehatan Kabupaten Rokan Hulu 01-3553-2016, dengan target kesesuaian produk sebesar 99% untuk itu depot menerapkan dan mengelola sistem mutu dengan mengacu kepada pedoman BSN 10-1999, dinas kesehatan bekerja sama dengan puskesmas setempat untuk memeriksa depot yang ada didaerah tersebut. Kebijakan serta sasaran mutu disebarluaskan kepada setiap puskesmas yang ada dalam pemeriksaan depot air untuk dapat dipahami dan diterapkan dalam pelaksanaan tugas dibidang masing-masing.

Masyarakat Kabupaten Rokan Hulu terutama masyarakat di Kecamatan Rambah Hilir banyak yang menggunakan air minum isi ulang, air minum isi ulang sangat diminati oleh masyarakat dikarenakan air isi ulang sangatlah praktis, masyarakat tidak susah untuk mencari kayu bakar untuk memasak air lagi, masyarakat tidak perlu susah payah untuk memasak air dan tidak terlalu lama prosesnya tinggal telpon langsung diantar. Harga jual adalah salah satu merupakan yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan sehingga bisa menghasilkan suatu proses penjualan yang telah dihasilkan oleh pihak produsen.

Produk air isi ulang yang ada di Kecamatan Rambah Hilir sebagian produknya banyak yang bermasalah ada berbau, ada airnya kuning, rasanya tidak enak, bentuk tempat air isi ulang didapatkan juga bermasalah yaitu tabung air banyak yang bocor dan tidak pantas untuk digunakan lagi, berbau obat yang sangat terasa, sehingga banyak masyarakat yang mengeluh. Harga air minum isi ulang yang ada di Kecamatan Rambah Hilir tersebut sangat terjangkau, seperti ada harga 3 botol Rp. 10.000, 1 botol Rp. 5000, serta 2 botol Rp. 5000.

Tempat adalah memproduksi air isi ulang yang ada di kecamatan Rambah Hilir sebagian ada yang bersih, serta kurang tetata rapi sehingga banyak kita melihat tempat air isi ulang banyak airnya yang membuangnya tidak ditempatnya sehingga sering kita lihat berserakan dimana- mana, juga menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian. Biasanya konsumen akan menyukai tempat-tempat yang nyaman dan lokasinya mudah untuk ditemui.

Tabel 1
Jumlah Penjualan

No	Nama depot	Tahun			
		2013	2014	2015	2016
	Azzahra	50 Unit	55 Unit	40 Unit	20 Unit

Sumber Laporan Penjualan 2013-2016

Dari tabel diatas dapat kita pahami yaitu depot air minum Azzahra di Kecamatan Rambah Hilir yang memberikan laporan setiap tahunnya, tentang keadaan depot ke Puskesmas, sehingga didapatkan hasil setiap tahunnya penjualan air minum isi ulang Azzahra yang ada di Kecamatan Rambah Hilir dari tahun 2013 sebanyak 50 unit, tahun 2014 sebanyak 55 unit, tahun 2015 sebanyak 40 unit dan pada tahun 2016 sebanyak 20 unit. Pada laporan penjualan depot air minum Azzahra pada tahun 2013-2014 mengalami kenaikan sedangkan pada tahun 2015-2016 mengalami penurunan megalami dikarenakan timbulnya, depot baru yaitu air minum isi ulang masak, dimana kita kenal air minum isi ulang masak sangat diminati masyarakat.

Dari hasil survei yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa warga yang menggunakan air minum isi ulang tersebut mengatakan salah satu penyebab meningkatnya adalah kualitas produk air yang terjamin kualitasnya, serta mudah didapatkan, standar keamanan telah diuji oleh pihak Dinas Kesehatan yang ada sehingga bakteri, virus, kuman yang ada didalam air telah di uji dengan alat pendeteksi yang ada, dengan demikian masyarakat tidak ragu- ragu menggunakan air isi ulang.

Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap penjualan air minum isi ulang di kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu.
2. Untuk mengetahui hasil produk terhadap penjualan air minum isi ulang di kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu?
3. Untuk mengetahui besar pengaruh tempat terhadap penjualan air minum isi ulang di kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu?
4. Untuk mengetahui hasil penjualan air minum isi ulang di kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu.

Menurut Orville (2005: 422) Kualitas Produk adalah apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar perusahaan harus megerti aspek dimensinya. Menurut Orville (2005: 422) ada beberapa indikator kualitas produk adalah:

1. *Performansi* (kinerja) berhubungan dengan kareteristik operasi dasar dari sebuah produk
2. *Durability* (daya tahan) Lama atau umur produk terhadap produk sebelum diganti
3. *Comformance* (kesesuaian dengan spesifikasi) Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesipik tertentu dari konsumen.
4. *Feature* (fitur)

Karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

5. *Aesthetics* (estetika)

Adalah berhubungan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

Menurut Mursid (2014:90) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hajat orang banyak. Menurut Mursid (2014:89) menyatakan ada beberapa hal yang menjadi indikator dalam menganalisis harga adalah:

1. Produk baru

Produk baru adalah barang dan jasa yang pada dasarnya berbeda dari yang telah dipasarkan sebelumnya oleh perusahaan.

2. Perubahan kebutuhan

Perubahan kebutuhan adalah suatu kebutuhan manusia yang selalu berubah-ubah demi memenuhi kebutuhannya.

Tjiptono (2007: 186) menyatakan bahwa saluran distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan), Lokasi adalah tempat untuk menyampaikan produk pada konsumen. Menurut Tjiptono (2008:120) indikator tempat adalah sebagai berikut:

1. Sarana transportasi dari arus lalu lintas

Adalah sebagai alat penunjang dalam melaksanakan bisnis yang dilakukan para produsen yang bisa menghubungkan antara produsen ke konsumen.

2. Kepadatan penduduk distribusi pendapatan

Adalah jumlah penduduk yang banyak dan meningkat suatu lingkungan yang ada.

3. Stabilitas ekonomi persaingan

Adalah keadaan ekonomi yang naik atau turun dalam jangka waktu tertentu.

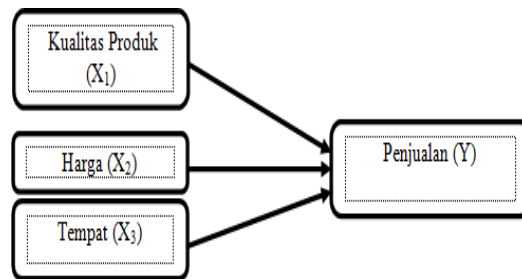
Menurut Winardi (2005:26) penjualan adalah berkumpulnya seorang pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa berdasarkan pertimbangan uang. Menurut Narbuko (2010: 87) adapun indikatornya:

1. Mencapai penjualan

Adalah suatu target perusahaan untuk dapat mencapai target yang diinginkan perusahaan tersebut.

2. Mendapat laba

Adalah suatu keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan dari usaha yang dijalankan.



Sumber diadopsi dari teori Orville (2005), Mursid (2014), Tjiptono (2008) dan Thamrin (2012)

METODE

Populasi penelitian ini semua konsumen yang membeli air minum isi ulang di Kecamatan Rambah Hilir, Kabupaten Rokan Hulu pada tahun 2016 yang berjumlah 20 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi yaitu sejumlah 20 orang responden yang membeli air minum isi ulang Azzahra Kecamatan Rambah Hilir. Teknik pengambilann data dengan cara observas, kuesioner dan dokumentasi. Dalam kuisioner ini di gunakan sklala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, cukup setuju, kurang setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert adalah skala yang di rancangan untuk memungkinkan responden menjawab sebagai tingkatan setiap objek yang akan di ukur. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu menguji signifikansi pengaruh antara *dependent variable* dengan *independent variable*. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel bebas terdiri dari :

a. Kualitas produk (X1) menurut Orville (2005:

422) adalah apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar perusahaan harus megerti aspek dimensinya.

b. Harga (X2) Menurut Mursid (2014:90) adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hajat orang banyak.

c. Tempat (X3) Tjiptono (2007: 186) adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.

2. Variabel terikat adalah penjualan (Y) Menurut Winardi (2005:26) penjualan adalah berkumpulnya seorang pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa berdasarkan pertimbangan uang.

PEMBAHASAN

Berdasarkan uji keandalan pada kuisioner yang telah disebarakan diperoleh hasil bahwa kuisioner tersebut merupakan alat ukur yang *reliabel* atau andal, karena koefisien keandalannya (r_{tt}) bergerak antara 0,00 sampai 1,00, artinya semakin mendekati 1,00 maka semakin *reliabel*.

Variabel Independent	Koefisien Regresi	Standart Error	T	Signifikan
Kualitas produk (X_1)	-,021	0,30	-,716	,484
Harga (X_2)	,528	0,80	6,576	,000
Tempat (X_3)	-,005	,066	-,074	,942
Constanta (Y)	,400			
R_2	0,848			
R	0,921			
F-Statistik	29,804			
Prob(F-Statistik)	0,000			

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 5.4 diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = ,400 - ,021X_1 + 0,528X_2 - ,005X_3 + E$$

Dimana:

1. Nilai Constanta (Y) sebesar ,400 artinya jika variabel kualitas produk, harga dan tempat bernilai 0 (nol), maka nilai variabel penjualan (Y) akan berada pada angka ,400.
2. Koefisien regresi kualitas produk (X_1) dari perhitungan nilai berganda didapat nilai koefisien sebesar -,021 yang artinya jika kualitas produk mengalami penurunan 1% maka volume penjualan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -,021. Dan karena koefisiennya bernilai negatif maka terdapat hubungan yang negatif antara kualitas produk dengan penjualan.
3. Koefisien regresi harga (X_2) dari perhitungan nilai berganda didapat nilai koefisien sebesar 0,528 yang artinya jika harga mengalami kenaikan sebesar 1% maka volume penjualan akan mengalami kenaikan sebesar 0,528. Dan karena koefisiennya bernilai positif maka terdapat hubungan yang positif antara harga dengan penjualan.
4. Koefisien regresi tempat (X_3) dari perhitungan nilai berganda didapat nilai koefisien sebesar -,005 yang artinya jika tempat mengalami penurunan 1% maka volume penjualan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -,005. Dan karena koefisiennya bernilai negatif maka terdapat hubungan yang negatif antara harga dengan penjualan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan responden yang dominan berdasarkan jenis kelamin tertinggi adalah perempuan adalah 6 orang responden (30%), sedangkan jumlah pelanggan laki-laki sebanyak 14 orang responden (70%). Artinya konsumen depot air minum Azzahra lebih banyak laki-laki dibandingkan perempuan, berarti segala sesuatu yang akan menjadi keputusan konsumen adalah lebih menitik beratkan terhadap laki-laki. Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia, responden terbanyak adalah mereka yang memiliki tingkat usia antara <17 tahun sebanyak 2 orang responden (10%), kemudian tingkat usia 18-30 tahun sebanyak 9 orang responden (45%), kemudian tingkat usia 31-40 tahun sebanyak 5 orang responden (25%), tingkat usia 41-50 tahun sebanyak 4 orang responden (20%) dan tingkat usia diatas 50 tahun sebesar (0%). Rata-rata pelanggan yang sebagai responden paling banyak adalah pelajar/mahasiswa adalah (35%), sedangkan jumlah yang paling kecil adalah Pegawai Swasta sebanyak 3 orang responden

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,68624882
Most Extreme Differences	Absolute	,144
	Positive	,144
	Negative	-,123
Kolmogorov-Smirnov Z		,645
Asymp. Sig. (2-tailed)		,800
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan output diatas, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,800 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang kita uji berdistribusi normal.

Tabel 3.
Hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan Value Inflation Faktor (VIF)

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
	x1	1,053
	x2	2,016
	x3	1,951

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil tabel 3 diketahui nilai *variance inflation factor (VIF)* yaitu variabel kualitas produk dengan nilai 1,053, variabel harga dengan nilai 2,016 dan variabel tempat dengan nilai 1,951. Diduga bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

Tabel 4.
Hasil Uji Regresi Berganda

(15%) dan untuk yang lain-lain adalah jenis pekerjaan PNS dan pengusaha/wiraswasta sebesar 5 orang responden (25%). Hal ini menggambarkan bahwa perilaku konsumen yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa cenderung berbelanja di depot air minum Azzahra untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Menurut latar belakang pendidikan terakhir ternyata diketahui bahwa respondennya yang paling banyak adalah yang berpendidikan SMA yaitu sebanyak 8 orang responden (40%), kemudian yang memiliki pendidikan S1 sebanyak 5 orang responden (25%) dan sisanya sebanyak 4 orang responden (20%) memiliki pendidikan SMP dan yang pendidikan SD sebanyak 3 orang responden (15%). Gambaran hal ini sejalan dengan banyaknya konsumen SMA yang menjadi konsumen depot air minum Azzahra. Keadaan banyaknya konsumen yang berpendidikan SD adalah laki-laki berusia muda sehingga pengaruh kualitas produk, harga dan tempat yang sangat baik.

Berdasarkan variabel kualitas produk (X_1) terdapat indikator kinerja memiliki skor sebesar 38,5% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Indikator daya tahan memiliki skor sebesar 36,5% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Indikator kesesuaian dengan spesifikasi memiliki skor sebesar 31,75% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Indikator fitur memiliki skor sebesar 34,25% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Indikator estetika memiliki skor sebesar 36% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik.

Berdasarkan variabel harga (X_2) terdapat indikator produk baru memiliki skor sebesar 30,75% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Indikator perubahan kebutuhan memiliki skor sebesar 31% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Berdasarkan variabel tempat (X_3) terdapat indikator sarana transportasi dari arus lalu lintas memiliki skor sebesar 29,45% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Indikator kepadatan penduduk distribusi persaingan memiliki skor sebesar 36,5% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Indikator stabilitas ekonomi persaingan memiliki skor sebesar 40% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik. Berdasarkan variabel penjualan (Y) terdapat indikator mencapai penjualan dan mendapat laba memiliki skor sebesar 32,25% dengan Tingkat Capaian Responden pada kriteria kurang baik.

Berdasarkan variabel kualitas produk (X_1) sebesar $-0,716$ sedangkan t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,745. Perbandingan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yakni $-0,716 < 1,745$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , maka variabel kualitas produk tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap penjualan. Dari penjelasan secara teori dan statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar kualitas produk tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan.

Berdasarkan variabel harga (X_2) dimana t_{hitung} ($6,576$) $> t_{tabel}$ ($1,745$), maka dapat dikatakan bahwa

terdapat pengaruh yang nyata antara variabel harga dengan variabel penjualan. Berdasarkan tabel, t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,745. Perbandingan antara $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , yakni $6,576 > 1,745$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar variabel harga terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel penjualan.

Berdasarkan variabel tempat (X_3) dimana t_{hitung} ($-0,074$) $> t_{tabel}$ ($1,745$), maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara variabel tempat dengan variabel penjualan. Berdasarkan tabel, t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,745. Perbandingan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yakni $-0,074 < 1,745$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , maka variabel tempat tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap penjualan.

Berdasarkan variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan tempat (X_3) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penjualan (Y). Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, dimana tingkat signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F_{tabel} dan F_{hitung} dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$ yakni $0,400 < 2,71$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau kualitas produk (X_1), H_a diterima atau harga (X_2) dan H_0 ditolak atau tempat (X_3) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

Hasil perhitungan regresi linear berganda memiliki persamaan yaitu: $Y = 400,021X_1 + 0,528X_2 - 0,005X_3 + E$ menunjukkan bahwa variabel bebas yakni kualitas produk, harga dan tempat sedangkan variabel terikat yakni penjualan, dimana setiap variabel mengalami penurunan dan kenaikan yang terjadi pada variabel bebas, akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel harga sebesar 0,528.

Koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R angka koefisien korelasi sebesar 0,921 hal ini menunjukkan hubungan variabel kualitas produk, harga dan tempat terhadap variabel penjualan adalah sangat tinggi. R *square* juga disebut sebagai koefisien determinasi = 0,848 hal ini berarti bahwa pengaruh kualitas produk, harga dan tempat terhadap penjualan berpengaruh sebesar 84,8% dan 15,2% dipengaruhi oleh sebab-sebab lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terhadap hasil penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Tempat terhadap Penjualan Air Minum Isi Ulang Kecamatan Rambah Hilir, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X_1) sebesar $-0,716$ sedangkan t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,745. Perbandingan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yakni $-0,716 < 1,745$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , maka variabel kualitas produk tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap penjualan. Dari penjelasan secara teori dan statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar kualitas produk

tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan.

2. Variabel Harga (X_2) dimana $t_{hitung} (6,576) > t_{tabel} (1,745)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara variabel harga dengan variabel penjualan. Berdasarkan tabel, t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,745. Perbandingan antara $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , yakni $6,576 > 1,745$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar variabel harga terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel penjualan.

3. variabel tempat (X_3) dimana $t_{hitung} (-,074) > t_{tabel} (1,745)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara variabel tempat dengan variabel penjualan. Berdasarkan tabel, t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,745. Perbandingan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yakni $-,074 < 1,745$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , maka variabel tempat tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap penjualan.

4. Selanjutnya pengaruh variabel Kualitas produk, harga dan tempat terhadap variabel penjualan secara simultan (bersama-sama) dapat dilihat dari uji f menunjukkan nilai signifikan dari ketiga variabel bebas (independen) adalah Berdasarkan variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan tempat (X_3) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penjualan (Y). Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, dimana tingkat signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F_{tabel} dan F_{hitung} dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$ yakni $0,400 > 2,71$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau kualitas produk (X_1), H_a diterima atau harga (X_2) dan H_0 ditolak atau tempat (X_3) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang disesuaikan dengan kesimpulan maka dapat disarankan yaitu:

1. Disarankan pada Depot Isi Ulang Azzahra Kecamatan Rambah Hilir untuk selalu menjaga kualitas produk, harga dan tempat agar penjualan air minum isi ulang berjalan dengan baik.
2. Kepada konsumen agar lebih meningkatkan kepercayaan dengan cara meningkatkan pembelian di Depot Isi Ulang Azzahra Kecamatan Rambah Hilir.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan bisa mengembangkan penelitian kepada objek dengan sampel yang lebih signifikan dan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kualitas produk, harga dan tempat terhadap penjualan.

DAFTAR PUSATAKA

Alma Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: ALFABETA.

Ariani. 2004. Perilaku Konsumen (Panduan Risert Sederhana Untuk Mengenal Perilaku Konsumen), PT.Buku Seru: Jakarta

Data Puskesmas Rambah Hilir 1 Tahun 2013-2016. Ferdinan. 2004. *Manajemen Strategi*. Edisi Sepuluh: Salemba Empat. Jakarta.

Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.

Hikmatus Saadah Nur, 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang*. Universitas Islam Negeri (UINJ) Malang.

Hurriyati, Ratih.2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung

Kotler Philip dan Lanekeller Kevin.2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II Alih.

Kotler. 2018. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II Alih.

Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II Alih.

Kotler. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II Alih.

Mardalis. 2014. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Prropsal*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.

Martoyo. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.

M.Mursid. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara.

M.Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara.

Muliness. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Indeks.

Narbuko Kholod. 2010. *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.