

PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD. CONSTAN KELURAHAN PASAR TELUK DALAM KABUPATEN NIAS SELATAN

Tarozinduhu Laia

Mahasiswa Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Nias Raya
tarozinduhulaia@gmail.com

Abstrak

Mengetahui apakah variabel Volume Penjualan UD. Pratiwi Water Kecamatan Telukdalam, Kabupaten Nias Selatan apakah variabel Volume Penjualan dipengaruhi oleh variabel promosi merupakan alasan dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal. Penelitian ini menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 21.0, sebuah program Windows untuk manajemen data dan analisis regresi dasar, sebagai metodologi penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diperoleh $t_{hitung} 1,905 < t_{tabel} 1,681$ maka dapat disimpulkan bahwa promosi (X) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y) di UD. Pratiwi Water Telukdalam pada tingkat signifikan 95%. Diperoleh juga nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,078 (78%) dengan arti bahwa 78% variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas, sedangkan sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini

Kata Kunci: Promosi; Volume; Penjualan

Abstract

The objective of this study is to determine the impact of the promotion factor on the Sales Volume factor at UD. Constan located in Telukdalam District, South Nias Regency. This study falls under the category of causal quantitative research. The study methodology used involves the utilisation of basic regression analysis and the management of data using the SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 21.0 for Windows software programme. The findings of this study indicate that the tcount value of 1.905 is more than the ttable value of 1.681. Therefore, it can be inferred that the promotion (X) has a statistically significant impact on the sales volume (Y) at UD. Pratiwi Water Telukdalam, with a confidence level of 95%. The analysis yielded a coefficient of determination (R^2) of 0.078 (78%), indicating that 78% of the dependent variable can be accounted for by the independent variable, while the remaining 22% is impacted by additional factors not included in this study.

Keywords: Promotion; Sales; Volume

A. Pendahuluan

Kecanggihan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat menjadikan dunia perdagangan selalu melakukan persaingan yang ketat. Persaingan yang ketat ini perlu dilakukan oleh semua perusahaan agar tetap bertahan di pasar dan mendapatkan laba yang maksimal sesuai target perusahaan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Banyak perusahaan menginginkan laba yang maksimal tetapi usaha yang dilakukan begitu minim sehingga harapan tersebut tidak bisa terwujud dengan baik.

Perusahaan yang baik akan melakukan sejumlah kegiatan dan/atau usaha untuk meningkatkan pendapatannya. Terdapat sejumlah pilihan, termasuk mengembangkan dan melaksanakan rencana harga, menjangkau khalayak yang lebih luas (pertumbuhan pasar), membangun saluran distribusi yang andal, dan merancang kampanye periklanan yang efektif.

Akan lebih mudah bagi bisnis untuk mencapai tujuan maksimalisasi keuntungannya jika volume penjualan meningkat. Mencapai tingkat volume penjualan tertentu seperti mencapai tingkat pencapaian fisik atau numerik tertentu. Ketika orang membeli produk atau jasa, ada banyak hal yang mungkin mempengaruhi keputusan mereka. Mempromosikan diri secara terus-menerus adalah salah satu elemen ini.

Salah satu cara untuk memperkirakan volume penjualan suatu perusahaan adalah dengan melihat total nilai produk dan jasa yang dipertukarkan antara pembeli dan penjual dalam satuan uang. Dengan demikian, kuantitas produk dan uang yang dipertukarkan dalam

suatu transaksi berbanding lurus dengan jangka waktu komoditas dan jasa tersebut mampu dan bersedia dikonsumsi oleh pasar sasaran. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai suatu tujuan dalam jangka waktu tertentu merupakan indikator volume penjualan yang baik.

Pada umumnya, produk baik barang maupun jasa dari suatu perusahaan banyak dikenal oleh masyarakat luas melalui promosi. Promosi yang dimaksud bukan hanya melalui media massa akan tetapi bisa juga dilakukan secara langsung di lapangan oleh sekumpulan *marketing* perusahaan. Sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran, promosi mencakup semua upaya untuk mendidik, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan dan produknya dengan harapan mereka akan menerima, membeli, dan tetap setia pada produk tersebut, sehingga tidak hanya dapat membantu bisnis menjangkau khalayak sasaran, tetapi juga memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk oleh pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Artinya bahwa promosi memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan volume penjualan, dikarenakan promosi yang dilakukan setiap perusahaan memiliki motif untuk menarik calon konsumennya agar mengonsumsi produk yang dipasarkan.

Ketika dipraktikkan, promosi mencakup berbagai tindakan, seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, dan hubungan masyarakat. Empat indikator promosi tersebut sangat berpengaruh pada peningkatan volume

penjualan. Sebaiknya perusahaan selalu memperhatikan dan mengadakan kegiatan promosi secara kontinu, selain memperbanyak konsumen sekaligus dapat meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan.

UD. Constan merupakan salah satu usaha penjualan barang kelontong yang berada di area Kelurahan Pasar Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. Usaha ini sudah berdiri sejak 2016 sampai sekarang dan masih tetap beroperasi seperti biasanya. Meskipun usaha ini dikelola sendiri bukan berarti mengabaikan berbagai strategi-strategi untuk mencapai volume penjualan yang maksimal. Hal ini mewajibkan setiap usaha mengambil satu tindakan sehingga usaha yang dimiliki tetap bertahan dalam meningkatkan volume penjualannya.

Tabel 1. Data Penjualan UD. Constan

No	Tahun	Pendapatan Usaha
1	2016	53.541.000
2	2017	46.211.000
3	2018	42.887.000
4	2019	38.322.000
5	2020	36.764.000

Sumber: Data Penjualan (UD. Constan 2016-2020)

UD. Constan merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Artinya bahwa, modal usaha ini bisa bersumber secara pribadi dari seorang pendiri usaha. Akan tetapi, meskipun usaha ini bisa dikelola secara pribadi buka berarti mengabaikan beberapa faktor yang dapat mempertahankan konsumen ataupun pelanggannya agar usaha ini tetap beroperasi terus menerus. Banyak faktor yang seharusnya dilakukan untuk tetap bertahan di dunia industri perdagangan misalnya dengan memberikan pelayanan

yang tepat, memberikan diskon bagi pelanggan tetap dan tidak terlepas dari pengadaan promosi dari waktu ke waktu.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, Peneliti tertarik mengangkat judul **“Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan pada UD. Constan Kelurahan Pasar Telukdalam Kabupaten Nias Selatan”**.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang terkait antara lain:

1. Volume penjualan mengalami penurunan secara terus-menerus
2. Kurangnya promosi sehingga pada UD. Constan kurangnya ada peningkatan pada volume penjualan

B. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dan kausal digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang berupaya mengumpulkan data numerik dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Sementara itu, penelitian kausal adalah penelitian yang berupaya menyelidiki hubungan antara sebab dan akibat. Akibatnya selalu ada keterkaitan antara sekumpulan variabel independen dan sekumpulan variabel dependen.

Jenis Dan Sumber Data

Data primer menjadi dasar penelitian ini. Hasilnya, informasi dikumpulkan dari pelanggan di UD. Desa Constant Pasar Telukdalam di Kabupaten Nias Selatan dengan cara survei. Data sekunder bersumber dari UD. Desa Pasar Konstan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan, Laporan Volume Penjualan Tahunan.

Populasi

Sugiyono (2019:126) menyatakan bahwa "Populasi adalah wilayah umum yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Siapapun yang berbelanja di UD pada dasarnya adalah anggota masyarakat umum. Di sini. Yang berlokasi di Pasar Konstan Desa Telukdalam Kabupaten Nias Selatan.

Sampel

Sugiyono menegaskan bahwa "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi" (2019:127). Responden yang ditemui saat mengumpulkan data di lapangan merupakan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Para peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode Incidental Sampling untuk pemilihan sampelnya. Sugiyono (2017:67) menyatakan bahwa Incidental Sampling adalah suatu metode pemilihan sampel secara acak; dengan kata lain, hal ini memungkinkan peneliti untuk mempekerjakan siapa pun yang mereka temui secara tidak sengaja sebagai sampel, asalkan mereka dianggap sebagai sumber informasi yang baik.

Teknik Pengumpulan Data

Metode kuesioner tertutup digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Untuk mengumpulkan informasi, peneliti menggunakan kuesioner, yang terdiri dari seperangkat pertanyaan yang diberikan kepada partisipan dengan harapan mereka akan memberikan jawaban (Umar, 2013:49). Survei ini menggunakan skala Likert untuk mengevaluasi total 24 item,

12 di antaranya berhubungan dengan promosi dan 12 dengan volume penjualan. "Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial," menurut Sugiyono (2016:132). Skala Likert adalah alat yang berguna untuk mengubah data kuantitatif menjadi indikasi kualitatif. Langkah-langkah selanjutnya adalah dengan mempertimbangkan indikasi yang telah ditunjukkan sebelumnya ketika menyusun komponen-komponen instrumen, yang kemudian ditransformasikan ke dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan:

Sangat tidak setuju	skor = 1
Tidak setuju	skor = 2
Ragu-ragu	skor = 3
Setuju (S)	skor = 4
Sangat setuju	skor = 5

Uji Validitas Data

Ketika suatu instrumen mengukur variabel target secara andal dan memberikan hasil yang dapat digunakan, kita mengatakan bahwa instrumen tersebut valid. Untuk mengetahui kebenaran dan keandalan suatu hal, dapat digunakan uji validitas ini. Sugiyono menyatakan bahwa metodologi korelasi saat ini merupakan metode yang paling umum digunakan untuk menetapkan validitas suatu item (2016:188). Item yang memiliki korelasi tinggi dan korelasi positif dengan kriteria (skor total) juga dianggap memiliki validitas yang baik. Suatu item tidak sah jika korelasinya dengan skor kurang dari 0,3, yang merupakan kriteria minimal kelayakan. Korelasi product moment (r) digunakan untuk memastikan keaslian data; oleh karena itu, terdapat korelasi yang asli dan

sah, dan alat pengukurnya mungkin dianggap valid. Dengan menggunakan paket statistik SPSS 21 for Windows, uji validitas ini dilakukan di komputer. Rumus pendekatan korelasi product moment Pearson digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat.

Uji Reabilitas

Jika Anda ingin mengetahui seberapa konsisten temuannya ketika Anda mengukur masalah yang sama berulang kali atau lebih dengan alat ukur yang sama, Anda sebaiknya melakukan pengujian reliabilitas. Karena pendekatan ini memperhitungkan fluktuasi, pendekatan koefisien reliabilitas adalah pilihan yang tepat untuk pengujian reliabilitas. Metode konsistensi internal, yang menggunakan koefisien Cronbach alpha (G), adalah salah satu pendekatan tersebut. Uji validitas memastikan item tersebut valid sebelum dilakukan uji reliabilitas. SPSS adalah alat untuk mengevaluasi ketergantungan. Umar (2009:170) menyatakan bahwa rumus yang dikenal dengan Cronbach's Alpha adalah

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_b^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan

r_{11}	= Reliabilitas
K	= Banyak butir pertanyaan
s_t^2	= Varian total
$\sum s_b^2$	= Jumlah varian butir

Jika harga $r_{hitung} > r_{tabel}$ dianggap dapat dipercaya, maka tingkat reliabilitas item dapat ditentukan dengan menggunakan tabel nilai kritis product moment dengan interval kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi 5%.

Uji Normalitas

Uji Normalitas menguji apakah data dalam sampel berdistribusi normal. Dalam karyanya, Ghazali menyatakan bahwa uji normalitas "bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal" (2013:160). Telah diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan distribusi yang terdistribusi secara normal untuk nilai residual. Jika variabel independen dan dependen mengikuti distribusi normal, maka persamaan regresi tersebut valid. Untuk memastikan data normal, program SPSS menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Berikut yang disampaikan Santoso (2012:393) tentang potensi landasan pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas (Asymptotic Significance):

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Uji Heteroskedastisitas

Pada heteroskedastisitas, varians variabel-variabel model tidak konstan, sedangkan pada homoskedastisitas, varians seluruh variabel model adalah konstan. Salah satu cara untuk melihat apakah terdapat heteroskedastisitas adalah dengan melihat plot sebar, yang menunjukkan nilai prediksi di satu sisi dan nilai sisa kuadrat di sisi lain. Jika plot sebar mempunyai bentuk yang dapat diprediksi, hal itu disebut heteroskedastisitas; sebaliknya, plot sebar yang tidak memiliki pola yang terlihat

disebut heteroskedastisitas (Suliyanto, 2008: 243).

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial adalah uji dimana masing-masing variabel bebas hanya mempengaruhi volume penjualan secara parsial. Sesuai dengan konsep yang diusulkan.

Rumus untuk mencari nilai $t_{\text{(hitungan)}}$ diberikan oleh (Gujarati, 1978):

$$t = \frac{\beta_0 - \beta}{Se(\beta_0)}$$

Keterangan :

t = Nilai t_{hitung}

β_0 = Konstanta

β = Koefisien regresi

Se = Kesalahan baku koefisien regresi

Kondisi ini terpenuhi ketika variabel independen tidak secara signifikan mempengaruhi variabel dependen ketika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, secara individual. Sebaliknya, kami mengatakan bahwa variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang semakin besar menunjukkan bahwa variabel independen cukup mampu menjelaskan fluktuasi perubahan variabel dependen, menurut Suliyanto (2008:192). Gunakan rumus ini untuk mendapatkan koefisien determinasi:

$$R^2 = \frac{\sum(Y - \hat{Y})^2}{\sum(Y - \bar{Y})^2}$$

R^2 = Koefisien determinasi

$\sum(Y - \hat{Y})^2$ Kuadrat selisih nilai Y riil dengan nilai $\hat{Y}$ prediksi

$\sum(Y - \bar{Y})^2$ = Kuadrat selisih nilai Y dengan nilai $\bar{Y}$ rata-rata.

Salah satu alat bantu pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 21 for Windows, khususnya untuk uji koefisien determinasi (uji R^2).

Metode Analisis Data

Karena penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen (promosi) dan satu variabel dependen (volume penjualan), maka analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Teknik statistik ini memungkinkan kita memahami sifat hubungan kedua variabel (Suliyanto, 2008:160).

$$Y = f(X)$$

atau

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi

e = Error (nilai residual/faktor pengganggu)

Nilai koefisien regresi dan konstanta dapat dihitung dengan rumus sebagai menurut (Gujarati, 2003):

$$\hat{\beta}_1 = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{N\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$\hat{\beta}_0 = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{N\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

$\hat{Y}$ = Variabel terikat

$\hat{\beta}_0$ = Konstanta

$\hat{\beta}_1$ = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

N = Jumlah observasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Instrumen penelitian harus menjalani validasi dan uji kelayakan untuk menjamin bahwa instrumen tersebut sesuai untuk pengumpulan data. Pengujian validitas dan ketergantungan data adalah dua cara utama untuk mengetahui seberapa baik data tersebut. Validitas dan reliabilitas data yang diperoleh menentukan hasil pemrosesan data.

Uji Validitas dan Reliabilitas Data Variabel Promosi

Tabel di bawah ini menampilkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap variabel promosi, X. Anda dapat melihat hasil pengolahan data pada kolom Corrected Item-Total Correlation, dan perangkat lunak SPSS digunakan untuk memeriksa pernyataan tersebut.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Promosi (X)

No	UD. Constan Kel. Pasar Telukdalam		
	R Hitung	R tabel untuk 45 responden	Ket
1	0,756	0,294	Valid
2	0,708	0,294	Valid
3	0,739	0,294	Valid
4	0,736	0,294	Valid
5	0,827	0,294	Valid
6	0,793	0,294	Valid
7	0,794	0,294	Valid
8	0,682	0,294	Valid
9	0,825	0,294	Valid
10	0,795	0,294	Valid
11	0,803	0,294	Valid
12	0,720	0,294	Valid

Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2023

Pada tabel 1 di atas menyatakan bahwa variabel X sebanyak 12 item yang diuji validitaskan kepada 45 responden. Berdasarkan perhitungan validitas di atas, maka diperoleh nilai koefisien r_{hitung} item nomor 1 sampai 12 bernilai positif,

dikarenakan nilai $r_{hitung} >$ dari nilai r_{tabel} maka dapat dinyatakan bahwa hasil uji penelitian valid. Artinya tiap item pernyataan mampu menjelaskan indikator penelitian dan sangat berkaitan erat kaitannya atau selaras dengan penjelasan variabel X (promosi).

Salah satu cara untuk mengetahui apakah suatu alat ukur konsisten dan tahan terhadap pengukuran berulang adalah dengan melakukan uji reliabilitas. Salah satu metode tersebut adalah Cronbach's Alpha, yang ditunjukkan pada Tabel 2 di bawah:

Tabel 3. Uji Realibilitas Variabel Promosi (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
0,935	12

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 2 didapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,935 > 0,294 (Standar Realibilitas) maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrument penelitian tersebut reliabel.

Uji Validitas dan Realibilitas Data Variabel Volume penjualan (Y)

Tabel di bawah ini menampilkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap variabel volume penjualan (Y). Temuan pemrosesan data ditampilkan dalam kolom Corrected Item-Total Correlation, dan pernyataan tersebut dikonfirmasi dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

Tabel 4. Uji Validitas Volume Penjualan (Y)

No	UD. Constan Kel. Pasar Telukdalam		
	R Hitung	R tabel untuk 45 responden	Ket
1	0,805	0,294	Valid

2	0,626	0,294	Valid
3	0,755	0,294	Valid
4	0,572	0,294	Valid
5	0,648	0,294	Valid
6	0,703	0,294	Valid
7	0,850	0,294	Valid
8	0,778	0,294	Valid
9	0,880	0,294	Valid
10	0,778	0,294	Valid
11	0,881	0,294	Valid
12	0,902	0,294	Valid

Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2023

Pada tabel 3 di atas menyatakan bahwa variabel Y sebanyak 12 item yang diuji validitasnya kepada 45 responden. Berdasarkan perhitungan validitas di atas, maka diperoleh nilai koefisien r_{hitung} item nomor 1 sampai 12 bernilai positif, dikarenakan nilai $r_{hitung} >$ dari nilai r_{tabel} maka dapat dinyatakan bahwa hasil uji penelitian valid. Artinya tiap item pernyataan mampu menjelaskan indikator penelitian dan sangat berkaitan erat kaitannya atau selaras dengan penjelasan variabel Y (volume penjualan).

Untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut konsisten dan mampu menahan pengukuran berulang maka dilakukan uji reliabilitas. Hal ini dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha, seperti ditunjukkan pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 5. Uji Realibilitas Variabel Volume Penjualan (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
0,936	12

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah semua variabel data mengikuti distribusi normal adalah tujuan dari uji normalitas data. Anda dapat mengetahui apakah data

terdistribusi secara normal hanya dengan melihat grafik. Data harus menyebar dan mengikuti garis diagonal agar sebuah model regresi dianggap normal. Salah satu cara untuk memastikan semuanya baik-baik saja adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Hasil signifikan yang lebih besar dari 0,05 dari uji Kolmogorov-Smirnov mengindikasikan bahwa data residual mengikuti distribusi normal. Kebalikannya juga berlaku: jika nilai Kolmogorov-Smirnov lebih kecil dari 0,05, berarti data residual tidak terdistribusi secara teratur.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Prom	Volume	Unstandardi
		osi	Penjualan	zed Residual
N		45	45	45
Normal Parameter $s_{a,b}$	Mean	53,22	53,71	,0000000
	Std.	5,819	5,837	5,60556785
	Deviation			
	n			
Most Extreme Difference s	Absolut	,173	,170	,183
	Positive	,122	,141	,112
	Negative	-,173	-,170	-,183
Kolmogorov-Smirnov Z		1,160	1,143	1,230
Asymp. Sig. (2-tailed)		,135	,146	,097

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

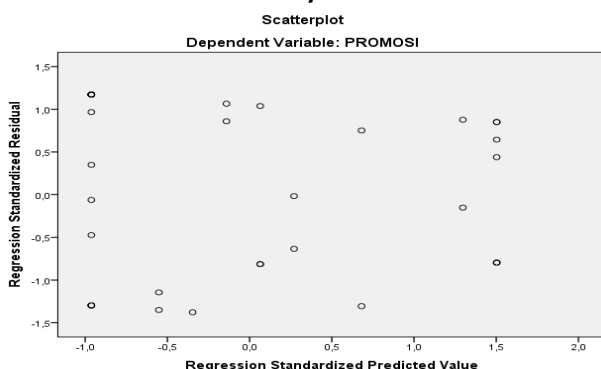
Karena nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 1,230 untuk setiap variabel penelitian dan Asymp. tanda tangan. (2-tailed) sebesar 0,097 $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data residual

berdistribusi normal, sehingga data memenuhi kriteria asumsi klasik seperti terlihat pada tabel diatas yang menunjukkan bahwa sampel yang diambil dari populasi berdistribusi normal .

Uji Heterpkedastisitas

Salah satu cara untuk memeriksa apakah varians residual dalam suatu model regresi sebanding atau berbeda dari satu observasi ke observasi berikutnya adalah dengan menjalankan uji heteroskedastisitas. Homoskedastisitas terjadi jika varians residu berbeda dari nol, dan heteroskedastisitas terjadi jika variansnya sama. Jika tidak ada heteroskedastisitas, maka regresi dianggap akurat. Dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas akan muncul jika muncul pola tertentu dengan teknik visual. Dapat diasumsikan bahwa homoskedastisitas akan terjadi jika tidak ada pola yang terbentuk. Gambar 1 di bawah menampilkan temuan grafis yang diperoleh dari alat SPSS 21.0 untuk Windows:

**Gambar 1. Uji Heterokedastisitas
Scatterplot**



Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Gambar 1 menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas karena titik-titik pada gambar tidak secara konsisten

mengikuti pola tertentu. Berikut ini adalah tabel yang menampilkan hasil uji heteroskedastisitas Park:

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas Park

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	18,391	10,292		1,787 ,081
	LnVarX	-3,992	2,592	-,229	-1,540 ,131

a. Dependent Variable: LnVarU2

a. Dependent Variable: LnVarU2

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 7 di atas maka data dinyatakan tidak mengalami gejala heterokedastisitas karna nilai t hitung sebesar -1,540 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,681 ($n-k$ atau $45-1-1=43$).

Uji t (Uji Parsial)

Dengan menggunakan alat uji parsial (uji t), kami ingin mengetahui bagaimana variabel independen (promosi) mempengaruhi variabel dependen (volume penjualan). Anda dapat melihat hasil uji t pada tabel 8 di bawah ini.

**Tabel 8
Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	38,818	7,864		4,936	,064
Promosi	,280	,147	,279	1,905	,000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan data pada tabel tersebut, terdapat nilai thitung sebesar 1,905 untuk pengaruh parsial Promosi (X), dan nilai ttabel sebesar 1,681 pada alpha 0,05 dengan derajat kebebasan ($n-k-1$) ($45-1-1$) = 43 (lampiran 6). Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa UD. Constan Pasar Desa Telukdalam Kabupaten Nias Selatan mendapatkan manfaat dari promosi dalam hal volume penjualan. Selain itu, alasannya adalah karena nilai p-value lebih kecil dari 0,05, yaitu 0,000. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa UD. Constan Pasar Desa Telukdalam Kabupaten Nias Selatan mengalami dampak volume penjualan yang cukup besar dari Promosi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk memahami kepentingan relatif variabel independen sekaligus menjelaskan variabel dependen, digunakan koefisien determinasi. Semakin besar koefisien determinasi maka kemampuan variabel terikat dalam menjelaskan variabel terikatnya juga semakin besar. Tabel 9 dibawah ini menunjukkan hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,279 ^a	,078	,056	5,670

a. Predictors: (Constant), Promosi
b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

$R^2 = 0,078$ (78%), yang diperoleh dari hasil pengolahan tersebut di atas, menunjukkan bahwa variabel independen (promosi) menjelaskan 78% dari variabel dependen (volume penjualan), dengan faktor-faktor lain menjelaskan 22% sisanya.

Pembahasan

Pada UD. Constant Pasar Telukdalam, Kabupaten Nias Selatan, kami menguji hipotesis bahwa faktor

promosi dapat mempengaruhi volume penjualan dengan menggunakan teknik Ordinary Last Square (OLS) dari analisis regresi linier sederhana. Kami ingin membantah teori ini dengan penelitian kami.

Temuan dari uji hipotesis yang dilakukan pada sub-bab sebelumnya menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara promosi dan volume penjualan. Hasil uji t menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara promosi dan volume penjualan di UD. Constan Pasar Desa Telukdalam Kabupaten Nias Selatan, dengan nilai p-value kurang dari 0.05 (1.000.000). Sebagai contoh situasi yang terjadi di UD. Fanayama Brother District, pernyataan masalahnya adalah "Bagaimana pengaruh promosi terhadap volume penjualan pada UD. Constan Pasar Desa Telukdalam Kabupaten Nias Selatan?" Pembahasan ini telah memberikan klarifikasi yang diperlukan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Tarozinduhu Laia pada tahun 2023 meneliti tentang pengaruh promosi terhadap volume penjualan pada UD. Constant Pasar Telukdalam Kabupaten Nias Selatan.

Malik sebelumnya telah mempublikasikan penelitian yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Notebook Merek Acer Pada CV. Galaxy Komputer di Samarinda" (2015). Kedua penelitian tersebut menggunakan uji-t (parsial), koefisien determinasi, dan analisis regresi sederhana untuk analisis statistiknya. Volume penjualan sangat dipengaruhi oleh faktor promosi dan keadaan pasar, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian

tersebut. Berdasarkan analisis data yang dilakukan untuk penelitian ini, nilai R² adalah 0,078, yaitu 78%. Hal ini berarti bahwa variabel independen, promosi, menjelaskan 78% dari variabel dependen, volume penjualan, sementara variabel lain, yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini, menjelaskan 22% sisanya. Dengan menggunakan persamaan regresi dasar berikut ini, kita dapat menentukan bagaimana UD. Constan Pasar Desa Telukdalam, Kabupaten Nias Selatan, menanggapi promosi dalam hal volume penjualan.

$$Y = 38,818 + 0,280 X$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat yang diprediksikan

α : 38,818

b_1 : 0,280

X : Variabel bebas

Seperti yang telah dinyatakan sebelumnya, persamaan regresi menghasilkan nilai volume penjualan sebesar 38.818 ketika promosi ditetapkan ke nol. Menurut persamaan regresi fundamental, kita dapat mengantisipasi kenaikan volume penjualan sebesar 0,280% jika kita dapat memaksimalkan pemasaran atau memberikan proporsi nominal sebesar 100%. Alasannya adalah karena koefisien regresi sebesar 0,280 dihasilkan oleh promosi. Dengan demikian, periklanan adalah variabel independen utama dalam menetapkan volume penjualan.

D. Penutup Simpulan

Promosi berdampak pada volume penjualan pada UD. Constant Pasar Telukdalam Kabupaten Nias Selatan, sesuai dengan kajian dan argumentasi

yang dikemukakan. Berikut penjelasannya:

1. Di UD. Constan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan penjualan produk (Y) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh promosi (X).
2. Temuan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen (Promosi) dapat menjelaskan variabel dependen (Volume Penjualan.).

Saran

Peneliti sampai pada temuan dan rekomendasi berikut berdasarkan penelitian yang disajikan:

1. UD. Constan seharusnya mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan, serta menjaga indikator-indikator promosi untuk meningkatkan volume penjualan di masa sekarang dan masa depan, dengan harapan dapat ditingkatkan di masa depan untuk mencapai tujuan perusahaan.
2. Untuk mengeksplorasi lebih jauh aspek-aspek yang mempengaruhi volume penjualan selain periklanan dan layanan, peneliti selanjutnya harus menggunakan sampel yang lebih besar dan mendalami topik ini lebih jauh.

E. Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Anis Sumanti Manao. (2022). Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Pada Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Nias Selatan. Vol 5
- Dian Kasih Bago (2022). No 1 (2022) Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Badan Pengelolaan Keuangan, Pendapatan, Dan Aset Daerah

- Kabupaten Nias Selatan: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Aris Putra Laia. 2022. Makna Famesao Ono Nihalö Pada Acara Pernikahan Di Desa Simandraölö Kecamatan O'o'u *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan Universitas Nias Raya (UNIRAYA)*, 1 (1), 28-41
- Bria, Donatus Klau. 2017. Pengaruh Harga Jual Produk dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan pada PT. Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, Volume 3 Nomor 1; 25-38.
- Darmawan Harefa, Murnihati Sarumaha, Kaminudin Telaumbanua, Tatema Telaumbanua, Baziduhu Laia, F. H. (2023). Relationship Student Learning Interest To The Learning Outcomes Of Natural Sciences. *International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC)*, 4(2), 240-246. <https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijersc.v4i2.614>
- Duha, A; Harefa, D. (2024). Pemahaman Kemampuan Koneksi Matematika Siswa SMP. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Duha, R; Harefa, D. (2024). Kemampuan Pemecahan Masalah matematika. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Model-model pembelajaran di era metaverse. Nuta Media
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Project based learning dalam pembelajaran digital. Nuta Media
- Fau, A. D. (2022a). BUDIDAYA BIBIT TANAMAN ROSELA (HIBISCUS SABDARIFFA) DENGAN MENGGUNAKAN PUPUK ORGANIK GEBAGRO 77. *TUNAS: Jurnal Pendidikan Biologi*, 3(2), 10-18. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/Tunas/article/view/545>
- Fau, A. D. (2022b). *Kumpulan Berbagai Karya Ilmiah & Metode Penelitian Terbaik Dosen Di Perguruan Tinggi*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fau, A., Dkk. (2022). *Kumpulan Berbagai Karya Ilmiah & Metode Penelitian Terbaik Dosen Di Perguruan Tinggi*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fau, Amaano., D. (2022). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fau, Amaano., Dkk. (2022). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Gaurifa, M., & Darmawan Harefa. (2023). DEVELOPMENT OF A CARTESIAN COORDINATE MODULE TO THE INFLUENCE OF IMPLEMENTING THE ROUND CLUB LEARNING MODEL ON MATHEMATICS STUDENT LEARNING OUTCOMES. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 45-55. <https://doi.org/10.57094/afore.v2i2.1130>
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Halawa, S., & Darmawan Harefa. (2024). THE INFLUENCE OF CONTEXTUAL TEACHING AND LEARNING BASED DISCOVERY LEARNING MODELS ON ABILITIES STUDENTS' MATHEMATICAL PROBLEM SOLVING. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 11-25. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i1.1711>
- Handayani. 2017. Pengaruh Promosi Wisata Bahari dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. (Online) Vol. 7, No. 2.
- Harefa, D. (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK

- Swasta di Wilayah Jakarta Utara). *Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik*, 7(2), 49–73.
- Harefa, D. (2018). Efektifitas Metode Fisika Gasing Terhadap Hasil belajar Fisika Ditinjau dari Atensi Siswa (Eksperimen Pada Siswa Kelas VII SMP Gita Kirtti 2 Jakarta). *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan* 5 (1), 35-48.
- Harefa, D. (2021). Monograf Penggunaan Model Pembelajaran Meaningful Instructional design dalam pembelajaran fisika. CV. Insan Cendekia Mandiri. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RTogEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=gmZ8djJHZu&sig=JKoLHfClJfF6V29EtTToJCrvmnI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Harefa, D. (2022). EDUKASI PEMBUATAN BOOKCAPTHER PENGALAMAN OBSERVASI DI SMP NEGERI 2 TOMA. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 69-73. Retrieved from <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/HAGA/article/view/324>
- Harefa, D. (2022). STUDENT DIFFICULTIES IN LEARNING MATHEMATICS. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(2), 1-10. <https://doi.org/10.57094/afore.v1i2.431>
- Harefa, D. (2023). Efektivitas Model Pembelajaran Talking Chips Untuk. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1).
- Harefa, D. (2023). THE RELATIONSHIP BETWEEN STUDENTS' INTEREST IN LEARNING AND MATHEMATICS LEARNING OUTCOMES. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 1-11. <https://doi.org/10.57094/afore.v2i2.1054>
- Harefa, D., D. (2022). Kewirausahaan. CV. Mitra Cendekia Media.
- Harefa, D., Dkk. (2022). Aplikasi Pembelajaran Matematika. CV. Mitra Cendekia Media
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Fisika. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Fisika. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/teori-fisika-A1UFL.html>
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori perencanaan pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/teori-perencanaan-pembelajaran-GO5ZY.html>
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Statistik Dasar. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Statistik Dasar. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D., Laia, B., Laia, F., & Tafonao, A. (2023). SOCIALIZATION OF ADMINISTRATIVE SERVICES IN THE RESEARCH AND COMMUNITY SERVICE INSTITUTION AT NIAS RAYA UNIVERSITY. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 93-99. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i1.928>
- Harefa, D., Murnihati Sarumaha, Amaano Fau, Kaminudin Telaumbanua, Fatolosa Hulu, Baziduhu Laia, Anita Zagoto, & Agustin Sukses Dakhi. (2023). INVENTARISASI TUMBUHAN HERBAL YANG DI GUNAKAN SEBAGAI TANAMAN OBAT KELUARGA. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 11-21. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1251>
- Iyam Maryati, Yenny Suzana, Darmawan Harefa, I. T. M. (2022). Analisis Kemampuan Komunikasi Matematis dalam Materi Aljabar Linier. *PRISMA*, 11(1), 210–220.
- Jelita., Dkk. (2022). Bunga rampai konsep dasar IPA. *Nuta Media*
- Johani. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada Koperasi Ikada Daihatsu Juanda Cabang Samarinda Tahun 2013-2016. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 5 Nomor (3); 551-565.

- Kotler, Philip dan Armstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Erlangga
- Linda Darniati Zebua (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam. Vol 5 No 1 (2022): Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Machfoedz, Mahmud, 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Malik, Zulmi Nur. 2016 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan
- Martiman Suaizisiwa Sarumaha, D. (2023). Pendidikan karakter di era digital. CV. Jejak.
<https://tokobukujejak.com/detail/pendidikan-karakter-di-era-digital-X4HB2.html>
- Molli Wahyuni; dkk. (2023). Statistik multivariat. Nuta Media
- Neolaka, Amos. 2016. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ningrum dan Harti. 2012. *Strategi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Notebook Merek Acer pada CV. Galaksi Komputer di Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Volume 3 Nomor (4); 821-831.
- Nurhani Gowasa (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Telukdalamvol 5 No 1 (2022): Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Prajawantoro. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Penjualan Tepung Tapioka pada CV. Srikandi di Gaya Baru Lampung Selatan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. (Online) Vol. 5, No. 2.
- Priyanto, Rahmat. 2018. Peranan Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rajutan di CV Konta Djaya Binong Jati. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume 1 Nomor 2; 296-304.
- Purwono, Y., Sulasmiyati, S., Susiana, H., Setiawan, A., & Roslaini, R. (2023). The development of an attitude measurement instrument of responsibility for primary school students. *Arisen: Assessment and Research on Education*, 5(1), 1–9.
- Rita Sari., Dkk. (2022). Metode penelitian SD/MI. Nuta Media
- S. M. Teluambanua, F. Laia, Y. Waruwu, A. Tafonao, B. Laia, D. H. (2023). Aplikasi Bahan Amelioran Pada Peningkatan Pertumbuhan Padi Sawah. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(02), 1361–1368.
- Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Parametrik*. Jakarta : PT. Gramedia
- Sarumaha, M, S., Dkk. (2023). Model-model pembelajaran. CV Jejak.
<https://tokobukujejak.com/detail/model-model-pembelajaran-0BM3W.html>
- Sarumaha, M,S., Dkk. (2023). Pendidikan karakter di era digital. CV. Jejak.
<https://tokobukujejak.com/detail/pendidikan-karakter-di-era-digital-X4HB2.html>
- Sarumaha, M., & Harefa, D. (2022). Model Pembelajaran Inquiry Terbimbing Terhadap Hasil Belajar Ipa Terpadu Siswa. *NDRUMI: Jurnal Pendidikan Dan Humaniora*, 5(1), 27–36.
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/NDRUMI>
- Sarumaha, M., & Harefa, D. (2022). Model Pembelajaran Inquiry Terbimbing Terhadap Hasil Belajar Ipa Terpadu Siswa. *NDRUMI: Jurnal Pendidikan Dan Humaniora*, 5(1), 27–36.
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/NDRUMI>
- Sarumaha, M., Dkk. (2022). Catatan Berbagai Metode & Pengalaman Mengajar Dosen di Perguruan Tinggi. Lutfi Gilang.

- https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8WkwxCwAAAAJ&authuser=1&citation_for_view=8WkwxCwAAAAJ:-f6ydRqryjwC
- Sarumaha, M., Harefa, D., Piter, Y., Ziraluo, B., Fau, A., Telaumbanua, K., Permata, I., Lase, S., & Laia, B. (2022). Penggunaan Model Pembelajaran Artikulasi Terhadap Hasil Belajar. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 08(20), 2045–2052.
- Sarumaha, M., Laia, B., Harefa, D., Ndraha, L. D. M., Lase, I. P. S., Telaumbanua, T., Hulu, F., Laia, B., Telaumbanua, K., Fau, A., & Novialdi, A. (2022). BOKASHI SUS SCROFA FERTILIZER ON SWEET CORN PLANT GROWTH. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32-50. <https://doi.org/10.57094/haga.v1i1.494>
- Sihura, 2018. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Yamaha Mio di UD. Mitra Motor Telukdalam. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. (Online) Vol. 1.1
- Simanulang, N.R., Dkk. (2022). Kumpulan aplikasi materi pembelajaran terbaik sekolah menengah atas. CV. Mitra Cendekia Media
- Sinulingga, Nora. 2015. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada PT. Citramandiri Lestari Medan. *Jurnal Manajemen dan Informatika Pelita Nusantara*. Volume 17 Nomor 01; ISSN 2088-3943; 60-64.
- Sri Firmiaty., Dkk. (2023). Pengembangan peternakan di Indonesia. Nuta Media
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT
- Swastha, Basu dan Irawan. 2017. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta : Liberty
- T Hidayat, A Fau, D. H. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Index Card Match Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPA Terpadu. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1), 61–72.
- Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tonius Gulo, D. H. (2023). Identifikasi Serangga (Insekta) yang merugikan Pada Tanaman Cabai Rawit di Desa Sisarahili Ekholo Kecamatan Lolowau Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Sapta Agrica*, 2(1), 50–61.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi kedua. Jakarta: Rajawali Pers.
- Umi Narsih, Dkk. (2023). Bunga rampai “Kimia Analisis farmasi.” Nuha Medika. <https://www.numed.id/produk/bunga-rampai-kimia-analisis-farmasi-penulis-umi-narsih-faidliyah-nilna-minah-dwi-ana-anggorowati-rini-kartika-dewi-darmawan-harefa-jelita-wetri-febrina-a-tenriugi-daeng/>
- Wau, Christiana Surya W. 2022. students’ Difficulties In Writing Definition Paragraph At The Third Semester Students Of English Language Education Study Program Of STKIP Nias Selatan. *FAGURU : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan Universitas Nias Raya (UNIRAYA)*, 1 (1), 1-9
- Wau, H. A., Harefa, D., & Sarumaha, R. (2022). ANALISIS KEMAMPUAN PENALARAN MATEMATIS PADA MATERI BARISAN DAN DERET SISWA KELAS XI SMK NEGERI 1 TOMA TAHUN PEMBELAJARAN 2020/2021. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(1), 41-49. <https://doi.org/10.57094/afore.v1i1.435>
- Werniawati Sarumaha .(2022). Vol 5 No 1 (2022) Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*
- Wiputra Cendana., Dkk. (2021). Model-Model Pembelajaran Terbaik. Nuta Media
- Yulitasari. 2014. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan pada

Yamaha Sudirman Motor
Temanggung. Jurnal Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta.

Ziliwu, S. H., Sarumaha, R., & Harefa, D.
(2022). ANALISIS KEMAMPUAN
KONEKSI MATEMATIKA PADA
MATERI TRANSFORMASI SISWA
KELAS XI SMK NEGERI 1 LAHUSA
TAHUN PEMBELAJARAN
2020/2021. *Afore : Jurnal Pendidikan
Matematika*, 1(1), 15-25.
<https://doi.org/10.57094/afore.v1i1.433>