

## PENGARUH HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI UD. CHANDRA AMANDRAYA

Erna Laia

Mahasiswa Prodi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nias Raya  
([ernalaiaerna772@gmail.com](mailto:ernalaiaerna772@gmail.com))

### Abstrak

Latar belakang masalah penelitian ini adalah masih ada keluhan konsumen atas harga barang yang tidak memiliki diskon, memiliki tingkat perbedaan harga produk di UD. Candra Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan di UD. Chandra Amandraya. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif bersifat kausal. Sumber data adalah dari konsumen, dengan populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 52 responden. Teknik pengumpulan data adalah instrument penelitian atau angket. Metode analisis data yang digunakan adalah analisi regresi linear sederhana dengan nilai  $Y = 17.707 + 0,593X$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} 6.739 > t_{tabel}$  sebesar 1.676. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga terhadap volume penjualan di UD. Chandra Amandraya. Saran penelitian ini adalah (1) Untuk meningkatkan volume penjualan, sebaiknya UD. Candra perlu memberikan diskon pada setiap produk yang relatif tinggi harga pembelian. (2) Sebaiknya untuk mendapatkan konsumen lebih banyak maka harga jual produk sangat perlu disesuaikan di sekitar usaha lain. (3) UD. Candra perlu mampu menguasai konsumen untuk meningkatkan volume penjualan melalui kelengkapan produk.

**Kata Kunci:** *Harga jual; volume penjualan; konsumen*

### Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of price on sales volume in UD. Chandra Amandraya. The type of research used is a quantitative type of causal nature. The source of the data was from consumers, with the population and sample in this study being as many as 52 respondents. Data collection techniques are research instruments or questionnaires. The data analysis method used is a simple linear regression analysis. The results of this study showed that the calculated value of  $6,739 > t_{tabel}$  was 1,676. This study can be concluded that there is an influence of price on sales volume in UD. Chandra Amandraya. The suggestions of this study are (1) To increase sales volume, we recommend UD. Candra needs to give a discount on each product at a relatively high purchase price. (2) It is better to get more consumers, the selling price of the product really needs to be adjusted around other businesses. (3) UD. Candra needs to be able to master consumers to increase the volume.

*Keywords: Selling price; sales volume; konsumen*

## A. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat pesat sehingga mengakibatkan timbulnya persaingan yang sangat ketat diantara berbagai perusahaan, dengan adanya persaingan tersebut, maka perlunya peningkatan dalam mempertahankan usaha. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih dari pada pesaingnya. Perusahaan didirikan bertujuan untuk mencari keuntungan dengan cara meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan meminimalkan biaya produksi untuk mencapai laba maksimal.

Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang tetap mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Kegiatan penjualan tentunya membutuhkan suatu strategi. Strategi ini tentu harus mampu memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan yaitu peningkatan penjualan. Penjualan merupakan pengalihan hak milik atas barang dengan imbalan uang sebagai

gantinya dengan persetujuan untuk menyerahkan barang kepada pihak lain dengan menerima pembayaran, keberhasilan usaha penjualan dapat dilihat dari volume penjualan yang didapat.

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah biasanya memicu jumlah produk yang diminta akan tinggi. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis, sebab dalam kehidupan sehari-hari konsumen tidak dapat terlepas dari pengaruh harga dan harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidak harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu.

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari penjualan produk yang dilakukan oleh salesman dan tenaga penjual lainnya.

Volume penjualan dihitung berdasarkan target yang diasumsikan dengan realisasi yang dicapai. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Maka apabila volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat. Tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan menurun. Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimal. Secara umum saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan, sehingga dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Data Volume Penjualan UD.  
Candra Tahun 2021**

No.	Tahun	Data Bulanan	Volume Penjualan
1	2021	Oktober 2021	2.320.000
		November 2021	1.567.000
		Desember 2021	4.453.000
<b>Total</b>			<b>8.340.000</b>
2	2022	Januari 2022	3.255.000
		Februari 2022	2.145.000
		Maret 2022	1.342.000
<b>Total</b>			<b>6.742.000</b>

Sumber: UD. Candra Amandraya 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Candra Amandraya bahwa masih ada keluhan konsumen atas harga barang yang tidak memiliki diskon, memiliki tingkat perbedaan harga produk di UD. Candra, sehingga dapat mengakibatkan volume penjualan menurun sesuai data penjualan yang telah di uraikan. Berdasarkan data penjualan di UD. Candra terjadi karena kondisi dan kemampuan UD. Candra masih kurang harga barang sehingga membuat konsumen semakin kurang loyalitas dalam melakukan pembelian.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah adakah pengaruh harga terhadap volume penjualan di UD. Candra Amandraya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh harga terhadap volume penjualan di UD. Candra Amandraya.

### **Pengertian Harga**

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Menurut (Astuti & Matondang, 2020:39) "harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk."

Menurut (Wanardi & Trisyono, 2019:62) "harga adalah isu strategi yang penting karena terkait dengan rancangan produk." Menurut (Kotler-Shinta, 2011:15) "definisi harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan

pendapatan, elemen lainnya menghasilkan biaya." Menurut (Indrasari, 2019:36) "harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa."

Berdasarkan pendapat di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang berdasarkan dari nilai tukar konsumen karena memiliki produk atau jasa tersebut.

### **Konsep Volume Penjualan**

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Menurut (Rangkuti, 2009:57) "volume penjualan merupakan pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif secara fisik atau volume suatu unit produk."

Selanjutnya, (Agusri, 2019) menyatakan volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari market share (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu. (Rusilawati, 2015) menyatakan volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan total barang yang terjual dalam jangka waktu tertentu sehingga dapat meningkatkan penghasilan.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga**

Menetapkan harga jual juga harus hati-hati karena akan menentukan laku atau tidaknya sebuah produk. Karena itu, dibutuhkan suatu strategi khusus dalam menentukan harga jual. Menurut (Wanardi & Trisyono, 2019:63) faktor-faktor yang mempengaruhi harga yaitu sebagai berikut:

- a) Keadaan perekonomian.  
Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku dipasaran.
- b) Penawaran dan permintaan.  
Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu.
- c) Elastisitas permintaan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar.
- d) Persaingan harga.  
Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada.
- e) Biaya.  
Biaya merupakan dasar dalam penentu harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian.
- f) Tujuan perusahaan.

Tujuan perusahaan hendak dicapai oleh perusahaan adalah laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasa pasar, kembali modal yang tertanam jangka waktu tertentu.

g) Pengawasan pemerintah.

Pengawasan pemerintah dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, disikriminasi harga, serta praktek lain mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.

Selanjutnya, menurut (Astuti & Matondang, 2020:44) faktor-faktor yang mempengaruhi harga yaitu sebagai berikut:

a) Harga dari sejenis atau produk pengganti para pesaing.

Apabila perbedaan harga di antara produk pengganti atau produk sejenis cukup berarti, maka konsumen akan beralih keharga yang lebih murah.

b) Kemampuan membeli dari masyarakat

Meskipun harga telah ditetapkan tidak terlalu mahal, tetapi apabila konsumen tidak mampu menjangkau karena keterbatasannya penghasilan konsumen tersebut, maka produk itu juga tidak akan dapat terjual.

c) Jangka waktu perputaran dana

Jika modal perusahaan terbatas, maka tentu saja berusaha agar

jangka waktu perputaran dana dapat dipercepat.

d) Peraturan pemerintah

Untuk produk tertentu seperti minyak tanah, beras, gula, maka ada peraturan dalam menetapkan harganya yang harus ditaati oleh penjual.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi harga adalah salah satu keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, permintaan produk, reaksi pesaing, target pasar, kondisi pasar, hal ini dapat mempengaruhi peningkatan keuntungan perusahaan.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan**

Volume Penjualan adalah sebuah perolehan yang didapatkan oleh unit perusahaan dengan cara pemasaran oleh seorang staf penjualan atau salesman yang telah berhasil menjual sebuah produk yang dihasilkan. Volume penjualan bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, dimana faktor-faktor ini merupakan sebuah syarat didalam meningkatkan volume penjualan. Menurut (Ginajar, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan yaitu "kualitas barang dan kemampuan membaca tren pasar."

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut Swastha dalam (Peraningani, 2016:103) adalah:

a) Kondisi dan kemampuan penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan

dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual.

b) Kondisi pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

c) Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya.

d) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.

Menurut (Mufida & Apriani, 2016) faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum, modal usaha, kualitas produk, dan promosi."

Berdasarkan uraian diatas maka dapat penulis simpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah suatu cara untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam

melakukan transaksi antar konsumen dengan penjualan

**Indikator Harga**

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Menurut Kotler dalam (Astuti & Matondang, 2020:42) indikator harga adalah:

a) Keterjangkauan harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

c) Daya saing harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

d) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

e) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian.

Menurut (Winardi & Trisyono, 2019:62) unsur atau indikator harga adalah fitur produk, saluran keputusan dan promosi produk. Menurut (Astuti & Matondang, 2020:43) indikator harga adalah:

- a) Harga sesuai yang dengan manfaat Persepsi harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.
- b) Harga barang terjangkau
- c) Persaingan harga
- d) Kesesuaian harga dengan kualitasnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa indikator harga merupakan tolok ukur pada peningkatan perusahaan dalam mencapai laba yang maksimal. Hal tersebut merupakan dasar yang menentukan kuatnya kecenderungan konsumen dalam menentukan permintaan harga produk yang di inginkan.

#### **Indikator Volume Penjualan**

Volume penjualan sama dengan perbedaan antar volume actual dan volume penjualan yang diharapkan dikali dengan harga yang diharapkan. Menurut (Agusri, 2019) ada beberapa indikator volume penjualan yaitu sebagai berikut:

- a) Kondisi dan kemampuan penjual  
Untuk mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, maka penjual harus memahami masalah-masalah penting yang sangat berkaitan dengan penjualan yakni jenis dan karakteristik barang yang

ditawarkan, harga Produk, syarat penjualan.

- b) Kondisi pasar.

Pasar sebagai suatu kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, kondisi pasar yang harus diperhatikan adalah jenis pasarnya, kemampuan segemen pasar, daya beli masyarakat dan keinginan dan kebutuhan.

- c) Modal.

Modal diperlukan untuk mengelola perusahaan dan operasional perusahaan selama perusahaan hidup.

- d) Kondisi perusahaan.

Dalam menangani masalahmasalah penjualan di dalam suatu perusahaan dapat dilihat dari kondisi organisasi perusahaannya, apakah termasuk jenis perusahaan besar atau kecil.

Menurut (Rusilawati, 2015) menemukan indikator volume penjualan yaitu: kebijakan harga produk, kebijakan harga distribusi, kebijakan harga jual. Menurut (Rangkuti, 2019:57) indikator volume penjualan yaitu sebagai berikut:

- a) Produk adalah salah satu factor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b) Harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang yang dihasilkan.

- c) Biaya promosi adalah aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang serta jasa yang ditawarkan.
- d) Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu factor yang mempengaruhi volume penjualan.
- e) Saluran distribusi merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator volume penjualan adalah sebagai tolok ukur dalam mencapai tujuan perusahaan melalui produk, harga jual, biaya promosi, mutu dan kualitas barang dan saluran disitribusi.

### B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis metode data penelitian ini adalah data primer, dengan teknik pengumpulan data adalah menggunakan angket. Instrumen penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana.

### C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

UD. Chandra terdiri pada tanggal 23 Agustus tahun 2013, yang dipimpin oleh bapak Risda Halawa. UD. Chandra merupakan usaha yang menyajikan perlengkapan elektronik seperti genset, mesin babat, spearpartnya, dan pakaian.

UD. Chandra tersebut memiliki karyawan 2 orang, pria 1 orang dan 1 wanita. Konsumen yang melakukan pembelian di UD. Chandra serta yang menerima angket dari peneliti adalah sebanyak 52 orang dengan kriteria pria dan wanita mulai umur 18 tahun- 40 tahun.

UD. Chandra terletak di jalan Desa Tuindraso 1 Kecamatan Amandraya Kabupaten Nias Selatan dengan memiliki lokasi yang cukup strategis.

**Tabel 2. Deskriptif Variabel Harga Jual (X)**

Statistics		
		Harga jual
N	Valid	52
	Missing	0
Mean		42.81
Std. Error of Mean		.436
Median		43.50
Mode		44 <sup>a</sup>
Std. Deviation		3.144
Skewness		-.536
Std. Error of Skewness		.330
Kurtosis		-.043
Std. Error of Kurtosis		.650
Minimum		34
Maximum		49
Sum		2226
Percentiles	25	40.00
	50	43.50
	75	45.00

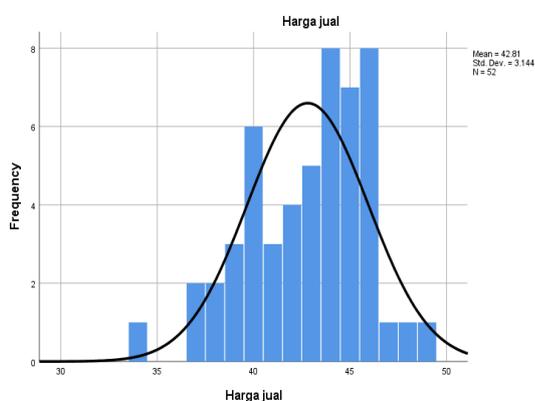
a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Sumber: Hasil Olahan Penelitian 2022

Berdasarkan perhitungan deskriptif harga jual (X) maka diuraikan beberapa nilai statistik yaitu: rata-rata hitung (*Mean*) sebesar 42.81 dengan nilai *median* sebesar 43.50 berarti 50% data berada di atas 43.50 dan nilai modus yaitu 44, nilai standar deviasi sebesar 3.144, nilai *Skewness* sebesar -0.536 dengan standar error sebesar .330, maka distribusi data tersebut adalah

menceng ke kiri, nilai *kurtosis* sebesar 043 dengan standar error .650, nilai minimum 34, nilai maximum 49 dan nilai sum 2226, maka data tersebut adalah platikurtik yaitu distribusi yang berpuncak agak mendatar dan ekornya relatif pendek. Untuk mengetahui gambaran histogram harga jual (X) dapat di lihat pada gambar 1.

Gambar 1. Histogram Variabel Harga Jual



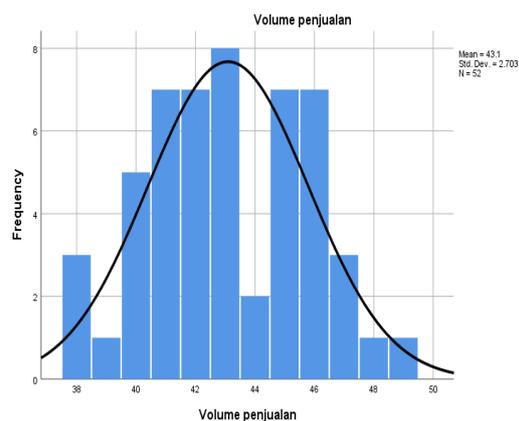
Tabel 3. Deskriptif Variabel Volume Penjualan (Y)

Statistics		Volume penjualan
N	Valid	52
	Missing	0
Mean		43.10
Std. Error of Mean		.375
Median		43.00
Mode		43
Std. Deviation		2.703
Skewness		.037
Std. Error of Skewness		.330
Kurtosis		-.708
Std. Error of Kurtosis		.650
Minimum		38
Maximum		49
Sum		2241
Percentiles	25	41.00
	50	43.00
	75	45.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Berdasarkan hasil perhitungan deskriptif volume penjualan (Y) dapat dijelaskan nilai statistik yaitu: rata-rata hitung (*Mean*) sebesar 43.10 dengan nilai *median* sebesar 43,00 berarti 50% data berada di atas 43.00 dan nilai modus yaitu 43, nilai standar deviasi sebesar 2.703, nilai *Skewness* sebesar -.037 dengan standar error sebesar .330 maka distribusi data tersebut adalah menceng ke kiri, nilai *kurtosis* sebesar -.708 dengan standar error .650 nilai minimum 38, nilai maximum 49 dan nilai sum 2241, maka data tersebut adalah platikurtik yaitu distribusi yang berpuncak agak mendatar dan ekornya relatif pendek. Untuk mengetahui gambaran histogram volume penjualan (Y) dapat di lihat pada gambar 2.

Gambar 2. Histogram Variabel Volume Penjualan (Y)



### 1. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel

terikat secara parsial. Hasil pengujian parsial dapat dilihat 1.

**Tabel 4. Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error		
1	(Constant)	17.707	3.777	4.688	.000
	Harga	.593	.088	6.739	.000

a. Dependent Variable: Volume penjualan

Sumber Hasil Pengujian Parsial Penelitian 2022

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini terdapat nilai  $t_{hitung}$   $6.739 > t_{tabel}$   $1,676$  dengan *degree of freedom* (df)  $n-k-1=52-1-1) = 50$  (Lampiran 9) dan tingkat signifikan sebesar  $,000 < 0,05$ , sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada pengaruh harga secara signifikan terhadap volume penjualan di UD. Candra Amandraya.

## 2. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Dalam perhitungan nilai determinasi diolah melalui program SPSS sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Determinasi**

Model	Model Summary <sup>b</sup>			
	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.690 <sup>a</sup>	.476	.465	1.976

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Volume penjualan

Sumber Hasil Pengujian R<sup>2</sup> Penelitian 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian bahwa nilai  $R_{Square}$  (R<sup>2</sup>) sebesar 0.476 artinya harga mampu menjelaskan variabel volume penjualan sebesar 47,6%, sedangkan 52.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

## 3. Metode Analisis Data

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian terdapat nilai model regresi sederhana sehingga dapat dilihat di bawah ini.

$$Y = 17.707 + 0,593X$$

Inteprestasi hasil persamaan regresi linier sederhana dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a)= 17.707 menunjukkan nilai volume penjualan tetap ketika nilai harga jual sama dengan nol.
2. Koefisien regresi harga (X) = 0,593 menunjukkan nilai harga jual ketika naik 1 satuan maka akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0,593.
3. Apabila nilai harga kurang satu (-1) maka volume penjualan menurun.

## D. Penutup

### 1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh harga secara signifikan terhadap volume penjualan di UD. Candra Amandraya dengan nilai  $t_{hitung}$   $6.739 > t_{tabel}$   $1,676$  (Lampiran 8).
2. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian bahwa nilai  $R_{Square}$  (R<sup>2</sup>) sebesar 0.476 artinya harga mampu menjelaskan variabel volume penjualan sebesar 47,6%, sedangkan 52.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

### 2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka sebagai saran pada skripsi ini adalah:

1. Untuk meningkatkan volume penjualan, sebaiknya UD. Candra perlu memberikan diskon pada setiap produk yang relatif tinggi harga pembelian.
2. Sebaiknya untuk mendapatkan konsumen lebih banyak maka harga jual produk sangat perlu disesuaikan di sekitar usaha lain.
3. UD. Candra perlu mampu menguasai konsumen untuk meningkatkan volume penjualan melalui kelengkapan produk.

#### E. Daftar Pustaka

- Agusri (2019) Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Mebel Sinar Barokah Tanjung Karang Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 16 No.3, Oktober 2019
- 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
- Astuti & Matodang. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan I. Jakarta: CV. Budi Utama.
- 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., Dkk. (2022). 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., Dkk. (2022). Kumpulan Berbagai Karya Ilmiah & Metode Penelitian Terbaik Dosen Di Perguruan Tinggi. 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>
- 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>
- 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](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>
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan I. Surabaya: Unitomo Pres.
- 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*
- 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*
- Molli Wahyuni; dkk. (2023). Statistik multivariat. *Nuta Media*
- 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*
- Peranginangi, Jasanta. (2016). *Manajemen Penjualan*. Cetakkan Pertama, JP. Publisng: Jogjakarta.
- Rangkuti, Freddi. (2019). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Cetakan I. Bogo: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rita Sari., Dkk. (2022). Metode penelitian SD/MI. *Nuta Media*
- Sarumaha, M, S., Dkk. (2023). Model-model pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/modelmodel-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., 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=8WkwxCwAAAJ&authuser=1&cit](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8WkwxCwAAAJ&authuser=1&cit)

- ation\_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>
- Simanulang, N.R., Dkk. (2022). Kumpulan aplikasi materi pembelajaran terbaik sekolah menengah atas. CV. Mitra Cendekia Media
- Sinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan I. Indonesia: Universitas Brawijaya Press.
- Sri Firmiaty., Dkk. (2023). Pengembangan peternakan di Indonesia. Nuta Media
- 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.
- 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-nilnaminah-dwi-ana-anggorowati-rini-kartika-dewi-darmawan-harefa-jelita-wetri-febrina-a-tenriugi-daeng/>
- Wanardi & Trisyono, Aris. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan I. Jakarta: CV. Budi Utama.
- 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
- 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>