
PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. LIS TELUKDALAM KAB. NISEL

Santriani Bali

UD. LIS Telukdalam, Kabupaten Nias Selatan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia

santrianisbali@gmail.com

Abstrak

Permasalahan untuk penemuan merupakan kurangnya mendiferensiasikan produk berdasarkan bentuk. Adapun yang menjadi arah dalam penemuan ini merupakan mengetahui adanya pengaruh diferensi prodak pada meningkatkan jualan di UD. LIS Telda Kab. Nisel. Macam dalam penemuan ini digunakan sebagai berikut adalah kuantitatit Subjek dalam penelitian ini adalah UD Lis Telukdalam sebanyak 36 konsumen. Adapun yang menjadi hasil balhwa adanya pengaruh diferensiasi produk Kepada meningkatkan jualan dibuktikan dengan nlai hioog untuk variabel diferensiasi produk (X) sebesar peneliti adalah) Perlu adanya penyesuaan strategr dalam menbagr-bagi kelompok masyarakat dalam membeli barang guna dalam meningkatkan juala, yang terjadi di UD. LIS Teldam Kab. Nisel. Baik pada masanya sampai pada masa yang akan datang dan mempunyai harpan positif dalam meningkatkan jualan ini agar dapat lebih banyak terjualnya prodak dalam menunjangnya tingkatan jualan.

Kata Kunci: *Diferensial Produk; Volume; Penjualan*

Abstract

The problem with this invention is the lack of product differentiation based on shape. The direction of this discovery is knowing the influence of product differentiation on increasing sales at UD. LIS Telda District. Nisel. The types used in this discovery are as follows: Quantitate. The subjects in this research were UD Lis Telukdalam with 36 consumers. The result is that there is an influence of product differentiation on increasing sales as evidenced by the high value for the product differentiation variable (X) according to the researchers: There is a need to adjust strategies in dividing community groups in purchasing goods to increase sales, which occurs at UD. LIS Teldam District. Nisel. Good for the time and in the future and have positive hopes for increasing sales so that more products can be sold to support sales levels.

Keywords: *Product Differential; Sales; Volume*

A. Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan hasil dari suatu proses sistematis dari penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan

peluang di pasar. Sejalan dengan tuntutan yang cepat pada pertumbuhan yang wajar dan perubahan ke arah globalisasi yang menuntut adanya

keunggulan, pemerataan, dan persaingan. Dalam perkembangan dunia usaha yang semakin maju, tingkat persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya semakin tinggi. Sehingga akan mengakibatkan adanya perusahaan yang tiba-tiba mengalami kemunduran. Dalam memenangkan pasar tersebut tentu dibutuhkan suatu pengetahuan atau kemampuan seorang wirausaha untuk mengelola usaha yang dijalankannya. Diferensiasi produk merupakan pembedahan antara jenis produk yang satu dengan produk lainnya. Diferensiasi produk merupakan proses pembedaan atau pemilah suatu produk untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pandangan pengunjung maupun pembeli. Diferensiasi produk penting bagi penjual terutama usaha dagang di lingkungan pasar dikarenakan ada ratusan produk baru yang masuk ke pasar setiap hari. Pembedahan ini dilakukan untuk membuat produk yang lebih unik dan menarik sehingga memastikan dapat memenuhi kebutuhan pembeli. Contoh pembedahan ini seperti pada toko UD. Lis Telukdalam yaitu pembedahan sepatu merek *Eiger* dimana wirausaha memasang harga di setiap ukuran sepatu dan sesuai dengan jenis kualitasnya. Strategi ini tentu memudahkan para pembeli untuk menemukan jenis produk yang ingin dibeli. Selain hal itu juga, perlakuan ini akan memberikan kesan baik bagi para pembeli dan merekomendasikan kepada

teman-teman atau keluarga untuk datang ke UD. Lis Telukdalam saja dalam melakukan pembelian.

Memenuhi kebutuhan pembeli akan berdampak baik bagi usaha dagang seperti UD. Lis Telukdalam yaitu adanya meningkatkan pada volume penjualan. Volume penjualan merupakan perolehan hasil akhir dari penjualan produk yang telah dicapai oleh usaha. Volume penjualan juga adalah barang yang telah terjual dan dihitung menurut satuan mata uang berdasarkan hasil usaha yang dilaksanakan. Terlaksananya dengan baik maka sesuai dengan kemampuan dan kemauan yang dimiliki. Volume penjualan ini dapat dipengaruhi berbagai faktor. Namun pada pembahasan ini akan fokus pada diferensiasi produk pengaruhnya Kepada meningkatkan jualan.

Pengaruh diferensiasi produk terhadap volume penjualan dapat ditinjau dari seberapa meningkatnya daya beli atau minat beli konsumen terhadap produk-produk yang sudah disusun secara strategis oleh wirausaha demi membuat kenyamanan dan kemudahan bagi para pembeli di tempat usaha. Diferensiasi produk akan menonjolkan keunggulannya dibanding dengan usaha dagang lainnya yang tidak melakukan pembedahan terhadap jenis produk yang satu dengan produk lainnya. Kenyaman dan kemudahan akan memberikan kesan baik kepada para pembeli sehingga mereka akan terkesan baik dan berkeinginan untuk

melakukan pembelian ulang hingga akhirnya memberikan dampak positif bagi meningkatkan volume penjualan usaha dagang.

UD. Lis Teldam Kab. Nisel terkesan bahwa kurangnya mendiferensiasikan produk berdasarkan bentuk. Contohnya sepatu bermerek Adidas, walaupun sepetunya memiliki mereka yang sama tetapi dilain sisi produk tersebut memiliki keragaman berdasarkan bentuk, jenis dan warna. Selanjutnya, penyesuaian produk terhadap keinginan pelanggan masih rendah. Contohnya ketersediaan stock barang yang terbatas sehingga terkadang kehabisan saat di pesan oleh pelanggan. Kemudian gaya dari penampilan produk kurang dimodifikasi dengan rapi. Contohnya produk sepatu memiliki berbagai warna. Oleh karena itu, perlu di susun dengan rapi sesuai dengan warna sehingga memuaskan pandangan pelanggan ketika melihat produk-produk tersebut.

Kemudian UD. Lis mengalami penurunan omset penjualan sehingga menurunkan pendapatan laba. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut yang bersumber dari data penjualan UD. Lis Telukdalam (2018-2020).

Tabel 1.1 Data Volume Penjualan UD. Lis Telukdalam

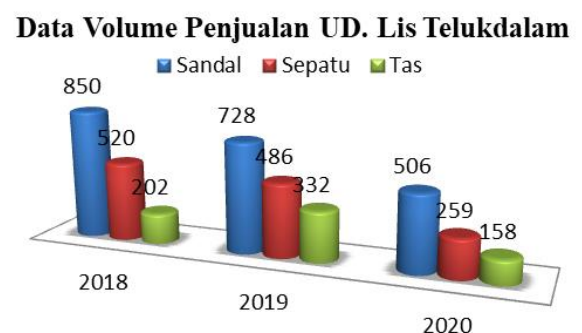
Ta	Jenis Produk (Kumulatif)					
hu	Sa	Rp	Sepatu	Rp	Tas	Rp
n	nd					
201	850	51.000.00	520	52.000.00	203	3.300.00

8	0	00	2	0
201	728	43.680.00	486	48.600.00
9	0	00	2	000
202	506	30.360.00	259	25.900.00
0	0	00	8	000

Sumber: UD. Lis Telukdalam (2021).

Tabel 1.1 diketahui bahwa volume penjualan UD. Lis Telukdalam pada tahun 2018 Sandal terjual 850 pasang, sepatu terjual 520 pasang dan tas terjual 202 buah. Pada tahun 2019 dapat dikatakan bahwa UD. Lis cukup mendapatkan keberuntungan karena tingkat volume penjualan pada awal tahun sangat tinggi. Hal ini dapat dipengaruhi karena kebutuhan konsumen di waktu tahun baru. Selanjutnya pada tahun 2020 sandal terjual 728, sepatu terjual 486 dan tas terjual 332. Pada tahun 2020 penjualan menurun dimana sandal terjual 506, sepatu terjual 259 dan tas terjual 158. Beginilah gambaran dalam meningkatkan jualan tersebut:

Gambar 1. Diagram Data Volume Penjualan UD. Lis Telukdalam



Sumber : UD. Lis Telukdalam, diolah penulis (2021).

Sesuai dengan skema gambar diatas maka dapat diambil suatu arahan pada pernyataan sebagai berikut:

1. mendiferensiasikan produk berdasarkan bentuk.
2. Penyesuaian produk terhadap keinginan pelanggan masih rendah.
3. Mengalami penurunan omset penjualan sehingga menurunkan pendapatan laba.

Persoalan mengenai diferensiasi produk adalah menyangkut tentang perancangan dari bentuk perbedaan. Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2018:64) menyatakan "Diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing". Selanjutnya, Sanjaya dan Tarigan (2019:58) menyatakan "Diferensiasi adalah jiwa produk maupun jasa yang sukses di pasar". Artinya bahwa strategi dalam melakukan diferensiasi produk dengan baik dapat menciptakan citra usaha yang akan mengesankan pembeli sehingga menjadikan sebuah usaha yang kuat dan berhasil di lingkungan pasar.

Menurut Griffin dalam Dejawata (2014:2) menyatakan diferensiasi Produk adalah penciptaan suatu produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen. Sementara itu, menurut Dejawata (2018:2) menyatakan "Diferensiasi produk adalah suatu perusahaan dalam menghasilkan dan memasarkan produk yang berbeda dari tawaran pesaing. Kemudian, menurut Levitt dalam Resnawati (2019)

menyatakan diferensiasi produk adalah satu dari strategi dan aktivitas taktis yang paling penting dan harus sering dilakukan secara terus menerus oleh perusahaan.

Volume penjualan merupakan suatu totalitas pendapatan dari kegiatan penjualan selama periode tertentu. Berdasarkan pendapat Fathoni (2017: 23), volume penjualan merujuk pada total pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk tertentu. Mariatun (2017) dalam Kurniadi menyatakan bahwa semakin tinggi volume penjualan, semakin besar pula keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Volume penjualan mencerminkan jumlah barang yang diproduksi atau dijual dalam jangka waktu tertentu untuk produk tertentu. Kotler (2008: 122) menambahkan bahwa volume penjualan juga mencakup strategi pelayanan yang baik dan merujuk pada total uang yang dihasilkan dari penjualan dalam periode tertentu. Mulyadi dalam Lupitasari (2014) menggambarkan omzet sebagai ukuran jumlah atau skala. Rangkuti dalam Ardiansyah (2014) menjelaskan bahwa volume penjualan adalah volume produksi yang dinyatakan secara kuantitatif dalam bentuk kuantitas fisik, volume, atau satuan produk. Berdasarkan pandangan beberapa ahli tersebut, volume penjualan dapat disimpulkan sebagai indikator banyaknya barang dan jasa yang terjual dalam jangka waktu tertentu dalam kegiatan pemasaran.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, seperti individu yang melakukan survei atau kuesioner kepada konsumen UD. Nizel yang dijadikan sampel penelitian. Populasi adalah subjek penelitian yang menjadi fokus pengumpulan data, dari mana kesimpulan diambil. Sugiyono (2012: 115) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu bidang yang digeneralisasikan yang terdiri dari objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti, dari mana kesimpulan diambil. Dalam penelitian ini, populasi adalah konsumen di UD Distrik Liss Terdam. Sugiyono (2012: 116) menyebutkan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling insidental. Sugiyono (2017: 67) mendefinisikan accidental sampling sebagai teknik di mana sampel ditentukan secara acak dan digunakan jika dianggap sebagai sumber data yang baik untuk apa yang ingin diukur. Penelitian ini melakukan uji koefisien korelasi signifikansi kriteria dengan menggunakan r kritis pada tingkat signifikansi 0,05 (5% atau 0,05 adalah standar ukuran yang digunakan dalam penelitian). Uji korelasi bivariat Pearson (Pearson product moment) digunakan dalam penelitian ini. Peneliti juga

melakukan uji instrumen terhadap 15 responden di toko Sinal Minang Kecamatan Pasar Teldam Provinsi Cabu, dan hasilnya diolah dengan rumus yang dijelaskan oleh Sushiyono (2017: 228).

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi yang dicari

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor setiap item

Y = Jumlah skor total

Dalam melihat nilai hal ini harus mengetahui nilai kepercayaan pada 95%. Bila nilai kepercayaan tersebut tidak didapatkan maka uji tersebut tidak baik atau tidak valid.

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya berdistribusi normal atau mendekati normal. Model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Uji normalitas data bisa dilakukan tanpa grafik dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika hasil K-S menunjukkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka data residu berdistribusi normal. Sebaliknya, jika hasil K-S menunjukkan nilai signifikan kurang dari 0,05, maka data residu tidak berdistribusi normal. Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS 16.0 untuk Windows.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya

ketidaksamaan varians antara residu dari satu observasi ke observasi lain dalam model regresi. Adanya heteroskedastisitas berarti variabel-variabel dalam model memiliki varians yang tidak sama. Heteroskedastisitas dapat diketahui dengan mengamati scatter plot yang menunjukkan nilai prediksi pada sumbu horizontal dan kuadrat residu pada sumbu vertikal. Jika scatter plot membentuk pola tertentu, hal ini menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas. Namun, jika scatter plot tersebar secara acak, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Uji ini juga dilakukan menggunakan SPSS 16.0 untuk Windows.

Uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan yang signifikan antara dua rata-rata sampel atau untuk menguji signifikansi koefisien regresi dalam analisis regresi. Uji t digunakan dalam berbagai konteks, termasuk perbandingan dua kelompok dan analisis regresi:

$$t = \frac{b_j}{Sb_j}$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

b_j = Koefisien regresi

Sb_j = Kesalahan baku koefisien regresi

Hipotesis yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0: b < 0$ (artinya variabel diferensiasi produk tidak berpengaruh terhadap variabel volume

penjualan)

$H_a: b > 0$ (artinya variabel diferensiasi produk berpengaruh terhadap variabel volume penjualan)

Uji koefisien adalah metode untuk menilai signifikansi statistik dari koefisien dalam sebuah model regresi. Uji ini dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel dependen. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut (Suliyanto, 2011: 42).

$$R^2 = 1 - \frac{\sum (Y - \hat{Y})^2}{\sum (Y - \bar{Y})^2}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien

determinasi

$\sum (Y - \hat{Y})^2$ = Kuadrat selisih

nilai Y riil dengan nilai Y prediksi

$\sum (Y - \bar{Y})^2$ = Kuadrat selisih

nilai Y riil dengan nilai Y rata-rata.

Untuk menghitung uji R^2 .

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Regresi sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Model yang digunakan untuk analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut (Suliyanto, 2011: 39).

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diramalkan

a = Konstanta/*intercept*

b = koefisien regresi/*slope*

X = Variabel bebas

ε = Nilai residu

Adapun cara lain dalam rumusan

lain:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n}$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

n = Jumlah observasi

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil efektivitas uji instrumen penelitian terhadap 15 responden di toko Sinar Minan Pasar Teluk Dalam ditentukan menggunakan software SPSS. Nilai pengolahan data yang dihasilkan dapat dilihat pada kolom Modified Item-Total Correlation.

Tabel 2

Instrumen Penelitian

Nmr	R _{hitung} X	R _{hitung} Y	R _{tabel}	Ket
1	0,881	0,551	0,514	Benar
2	0,881	0,598	0,514	Benar
3	0,881	0,676	0,514	Benar
4	0,735	0,754	0,514	Benar
5	0,735	0,700	0,514	Benar
6	0,890	0,907	0,514	Benar
7	0,606	0,907	0,514	Benar

8	0,890	0,919	0,514	Benar
9	0,636	0,850	0,514	Benar
10	0,639	0,639	0,514	Benar
11	0,881	0,792	0,514	Benar
12	0,606	0,693	0,514	Benar
13	0,890	0,734	0,514	Benar
14	0,818	0,890	0,514	Benar
15	0,663	0,611	0,514	Benar

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2024.

Efektivitas uji instrumen penelitian terhadap 15 responden di toko Sinar Minan Pasar Teluk Dalam ditentukan menggunakan software SPSS. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada kolom Modified Item-Total Correlation.

Tabel 3

Instrumen Penelitian

Variabel	Nilai CA	Ket
Diferensiasi Prodak	0,949	Reliabel
Meningkatkan jualan	0,945	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2024.

Nilai dari koefisien reliabilitas untuk keempat variabel, hal ini terlihat dari keseluruhan nilai *Cronbach's Alpha*, memiliki nilai 0,60 maka instrumen penelitian pada keempat variabel penelitian ini, dinyatakan reliabel.

Tujuan pengujian normalitas data adalah untuk memeriksa apakah data pada semua variabel terdistribusi normal. Uji normalitas data dapat dilakukan menggunakan uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi hasil

Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,05, maka data residu berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikan kurang dari 0,05, maka data residu tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data ditunjukkan pada Tabel 4. berikut ini.

Tabel 4
Penguji Normalitas Data
OS kolomograv smirov

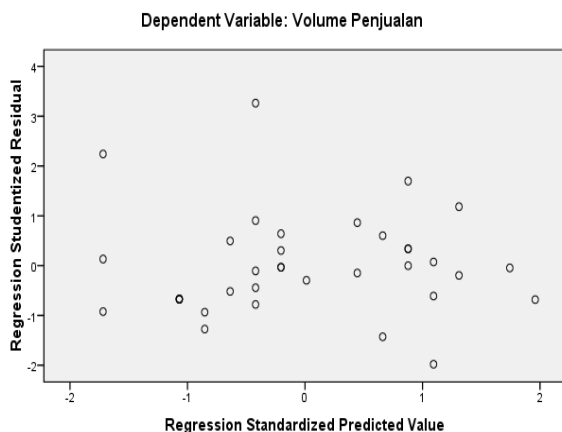
	Volume Penjualan	Diferensial i produk	Standardi zed Residual
N	36	36	36
N Mean	65.83	64.94	.0000000
or Std.			
m Deviat			
al ion			
Pa			
ra	4.681	4.623	.98561076
m			
et			
er			
s ^a			
M Absol	.119	.137	.119
os ute			
t Positiv	.116	.137	.119
Ex e			

tr Negati			
e ve			
m			
e			
Di			
ff	-.119	-.115	-.094
er			
en			
ce			
s			
Kolmogo			
rov-	.713	.819	.713
Smirnov			
Z			
Asymp.			
Sig. (2-	.689	.514	.689
tailed)			

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa sampel yang diambil dari populasi berdistribusi normal, karena nilai Kolmogorov-Smirnov yang dihitung adalah $0,713 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa data residu berdistribusi normal. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat kesamaan atau perbedaan dalam varians residu antar observasi dalam regresi. Heteroskedastisitas terjadi jika varians tidak sama, sedangkan homoskedastisitas terjadi jika varians residu tetap. Model regresi dianggap baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika menggunakan metode grafis untuk menarik kesimpulan, heteroskedastisitas terjadi jika ada pola tertentu, dan

homoskedastisitas terjadi jika tidak ada pola tertentu. Hasil grafis yang dibuat menggunakan software SPSS ditunjukkan pada Gambar 3

Gambar 3. Uji Heterokedastisitas Scatterplot



Berdasarkan Gambar 3 yang dibuat menggunakan software SPSS 16.0 for Windows, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini karena gambar tersebut tidak menunjukkan pola tertentu dari titik-titik yang ada, yang berarti persamaan tersebut memenuhi asumsi klasik persamaan regresi berganda. Asumsi dasar bahwa varians sisa adalah sama untuk semua pengamatan. Uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (variabel demi variabel) terhadap variabel terikat dan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Hasil uji t ditunjukkan pada Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5
Hasil Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	15.063	7.188			2.096	.044
Diferensiasi produk	.782	.110	.772		7.081	.000

Berdasarkan Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa variabel diferensiasi produk (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kuantitas penjualan (Y). Secara spesifik, nilai thitung untuk variabel diferensiasi produk (X) adalah 7,082 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai ttabel dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $n-k-1$ ($36-1-1$) = 34 adalah 1,691 (lihat Lampiran 6). Karena nilai thitung (7,082) lebih besar dari ttabel (1,691) dan tingkat signifikansi adalah 0,000.

Tabel 6
Hasil Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.584	3.019

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.584	3.019

a. Predictors: (Constant),

Diferensiasi produk

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana dengan Ordinary Least Squares (OLS) digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi yang dihasilkan digunakan untuk memahami dampak dari diferensiasi produk terhadap pertumbuhan penjualan di Provinsi Nias Selatan.

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

$$Y = 15,063 + 0,782X$$

Nilai 15,063 merupakan nilai hasil Tabel menunjukkan persamaan regresi sederhana dengan konstanta (b_0) yang merupakan nilai tetap untuk variabel kuantitas penjualan. Nilai koefisien untuk variabel diferensiasi produk (b_1) adalah 0,782. Ini berarti bahwa setiap meningkatkan satu unit dalam diferensiasi produk menyebabkan meningkatkan sebesar 0,782 unit dalam volume penjualan.

Berdasarkan informasi tersebut, disarankan agar perusahaan mengembangkan keterampilan manajemen kewirausahaan untuk mempertahankan indikator diferensiasi

produk seperti sumber daya organisasi, jenis produk, tahapan siklus hidup produk, strategi pesaing, dan strategi bersaing organisasi. Tujuannya adalah untuk meningkatkan volume penjualan pada UD Distrik Liss Terdam Nissel, baik saat ini maupun di masa depan.

D. Penutup

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh terhadap volume penjualan UD Distrik Liss Terdam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung untuk variabel diferensiasi produk (X) adalah 7,082 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai ttabel dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $n-k-1$ ($36-1-1$) = 34 adalah 1,691 (lihat Lampiran 6). Karena nilai thitung (7,082) lebih besar dari ttabel (1,691) dan tingkat signifikansi adalah 0,000,

E. Daftar Pustaka

- Ardiansyah, Iwang Bayu. 2014. Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha melalui Periklanan pada Dealer Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung.
- Arum Widiatul Aini, & Adriani Kala'lembang. (2024). PENGARUH KOMUNIKASI DAN PELATIHAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN KEBUN RAYA PURWODADI PASURUAN. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 1-11.

<https://doi.org/10.57094/pareto.v9i2.2343>

<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1050>

- Buulolo, R. (2024). Analisis Tata Cara Pemungutan Penyetoran Dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 22 Oleh Bendaharawan Pemerintah Studi Kasus Kabupaten Nias Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 265-276. <https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1384>
- Dejawata, Thariz Baharmal. 2014. Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan "Cake in Jar" Cafe Bunchbead Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya.
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Model-model pembelajaran di era metaverse. Nuta Media
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Project based learning dalam pembelajaran digital. Nuta Media
- Fathoni, Abdurrahmat. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Felayati, Inggit Dwi. 2021. Pengaruh Diferensiasi Produk Perumahan Kepada meningkatkan jualan pada PT. Cipta Sumber Mas Kota Bengkulu. (Studi pada Claster Taman Timur Indah). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Bengkulu: IAIN.
- Gaho, Y. (2023). PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 23-29.
- Harefa, D, Dkk. (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>
- Harefa, D. (2024). Preservation Of Hombo Batu: Building Awareness Of Local Wisdom Among The Young Generation Of Nias. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1-10. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2334>
- Harefa, D. (2024). Strengthening Mathematics And Natural Sciences Education Based On The Local Wisdom Of South Nias: Integration Of Traditional Concepts In Modern Education. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 63-79. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2347>
- Harefa, D. (2024). The Influence Of Local Wisdom On Soil Fertility In South Nias. *Jurnal Sapta Agrica*, 3(2), 18-28. <https://doi.org/10.57094/jsa.v3i2.2333>
- Harefa, D., & Fatolosa Hulu. (2024). Mathematics Learning Strategies That Support Pancasila Moral Education: Practical Approaches For Teachers. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(2), 51-60. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i2.2299>
- 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.
- Joenarni, Elly. 2019. Pengaruh Produk dan Saluran Distribusi Kepada meningkatkan jualan Holcim Mortair di Kota Mojokerto. *Journal of EBDEER*. Vol. 3, No. 1. Universitas Mayjen Sungkono.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kresnawati, Erica Ayu. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro pada Swalayan Mitra Kauman Sumoroto Ponorogo. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Ponorogo: IAIN.
- Laia, H. (2023). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PUSKESMAS. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 1-9.
<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1047>
- Mariatun, Ika Lis. 2017. Pengaruh Saluran Distribusi, Harga dan Promosi Kepada meningkatkan jualan pada Home Industri Tempe Putra KL Kecamatan Socah Tahun 2016. *Jurnal Ilmu dan Pendidikan* *Ekonomi-Sosial*. Vol. 1, No. 1. STKIP PGRI Bangkalan.
- Nasution, Muhammad Irfan. 2017. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Kepada meningkatkan jualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*. Vol. 1, No. 1. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Ndruru, S. (2023). PENGARUH MANAJEMEN KONFLIK TERHADAP KINERJA PEGAWAI PUSKESMAS. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 37-42.
<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1052>
- Rachman, Gunawan Gun. 2010. Pengaruh Biaya Distribusi dan Saluran Distribusi Kepada meningkatkan jualan pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 10, No. 2. Universitas Langlangbuana Bandung.
- Rita Sari., Dkk. (2022). Metode penelitian SD/MI. Nuta Media
- Rochmah, Siti. 2014. Pengaruh Diferensiasi Produk dan Potongan Tunai terhadap Vcolume Penjualan Industri Kecil Konfeksi di Kecamatan Semarang Barat. *Jurnal STIE Semarang (Online)* Vol. 6, No. 2 (<http://jurnal3.stiesemarang.ac.id>, diakses 20 Oktober 2021).
- Rustiani Duha, & Harefa, D. (2024). *Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika*. CV Jejak (Jejak Publisher).

- Sahetapy, Jeofer Pratama. 2013. Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Maubel UD. Sinar Sakti Manado. *Jurnal Emba*. Vol. 1, No. 3. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. 2009. *Creative Digital Marketing: teknologi berbiaya murah, inovatif dan berdaya hasil gemilang*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Saputra, Pega. 2017. Pengaruh Diferensiasi Produk Kepada meningkatkan jualan pada Home Industri "Jenang Mirah" Josari Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*. Vol. 5, No. 1. IKIP PGRI Madiun.
- 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., Dkk. (2023). Sosialisasi Tumbuhan Ciplukan (Physalis Angulata L.) Sebagai Obat Tradisional. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 22-35. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1994>
- Sarumaha, M., Dkk. (2024). Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal Nias Selatan: Membangun Identitas Budaya Pada Generasi Muda. 12(3), 663. <https://doi.org/10.37081/ed.v12i3.6585>
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. 2000. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simanulang, N.R., Dkk. (2022). Kumpulan aplikasi materi pembelajaran terbaik sekolah menengah atas. CV. Mitra Cendekia Media
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: ANDI.
- Sri Firmiaty., Dkk. (2023). Pengembangan peternakan di Indonesia. Nuta Media
- Swasta, Basu. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Telaumbanua, K., & Harefa, D. (2024). Efektivitas Layanan Penguasaan Konten Dalam Meningkatkan Kreativitas Belajar. *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan*, 3(2), 16-29. <https://doi.org/10.57094/faguru.v3i2.1919>
- Toni Hidayat, Amaano Fau, & Darmawan Harefa. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Index Card Match Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ipa Terpadu. *TUNAS : Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1), 61 - 72.

<https://doi.org/10.57094/tunas.v4i1.885>

Warae, Y. (2023). PENGARUH STRES KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 30-36.
<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1051>

Waruwu, Y., & Tafonao, A. (2023). PENGARUH PELATIHAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KOMISI PEMILIHAN UMUM NIAS BARAT. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 17-22.
<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1049>

Wau, F. T., & Mario Andrias Kiton. (2023). PENGARUH KEMAMPUAN, MOTIVASI KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 10-16.
<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1048>