

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Depot Air Kadoz

Kadoz merupakan usaha yang bergerak dalam menyediakan produk berupa air minum dalam bentuk galon dan juga dalam bentuk kemasan gelas. Depot air minum Kadoz didirikan oleh Bapak Lee Yoseph atau lebih dikenal dengan Koko Yoseph. Awalnya usaha depot air minum merk Kadoz ini telah lama berdiri di Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan pada tahun 2004. Melihat perkembangan dan minat konsumen yang cukup tinggi, maka usaha ini membuka cabang di daerah Kota Gunungsitoli yang berdiri pada bulan Agustus 2011, lebih tepatnya berada di Jl. Nias Tengah, Desa Lolofaoso Tabaloho Kecamatan Gunungsitoli Selatan.

Pada awal perkembangannya, usaha depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli ini bergerak dalam mengisi air isi ulang dalam galon maupun memproduksi air minum dalam kemasan gelas. Namun melihat persaingan air minum dalam kemasan gelas yang cukup tinggi dan juga tingkat penjualan yang rendah, maka pada tahun 2014 usaha air minum Kadoz ini memilih untuk memberhentikan untuk memproduksi air dalam kemasan gelas. Hal ini disebabkan usaha minum air Kadoz menawarkan harga yang memiliki selisih tinggi pada produk air minum kemasan gelas dibandingkan para pesaing yang sudah ada. Hingga saat ini depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli hanya memproduksi air isi ulang dalam kemasan galon.

Harga awal yang ditawarkan pada produk isi ulang dalam kemasan galon ini mematok Rp. 6.000 per isi ulang kemasan galon. Penetapan harga ini tidak semata-mata dilakukan oleh usaha Kadoz, akan tetapi adanya biaya produksi yang tinggi. Pada penyaring air minum merk Kadoz ini dilakukan empat kali tahap penyaringan dengan menggunakan mesin yang besar. Hal ini dilakukan untuk mendapat kualitas air yang bagus dan berbeda dari para pesaing yang hanya melakukan dua kali tahap penyaringan.

Keunggulan kualitas air minum ini juga membedakan produknya dari para pesaing, dan tidak hanya itu kualitas dari kemasan galon merk Kadoz ini memiliki ketahanan dan ketebalan yang baik sekaligus mencetak merknya dalam kemasan galon.

Dengan keunggulan yang ada usaha air minum Kadoz ini mengalami peningkatan permintaan yang tinggi. Pada tahun 2017 usaha air minum Kadoz menaikkan harga dari Rp 6.000 menjadi Rp 7.000. Penyebab dari kenaikan harga ini disesuaikan kenaikan biaya produksi dan permintaan yang cukup tinggi pada masa itu. Kenaikan harga ini menimbulkan pro kontra dikalangan konsumen, ada yang dapat diterima oleh para pelanggan dan ada juga yang beralih menggunakan produk lain.

4.1.2 Visi Dan Misi

Visi dan misi dalam dunia usaha merupakan pernyataan dari sebuah perusahaan atau usaha yang menjadi pedoman dan tujuan harus dilaksanakan dan dicapai. Dalam pengertiannya, visi dan misi memiliki pengertian dan maksud yang berbeda. Visi merupakan tujuan atau cita – cita perusahaan dimasa depan, sedangkan misi merupakan rangkaian kegiatan atau kebijakan untuk mencapai tujuan/visi yang ingin dicapai dimasa depan.

Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli adalah sebagai berikut :

a. Visi Depot Air Minum Kadoz

1. Menjadi perusahaan yang prioritas dalam memberikan kebutuhan air minum yang berkualitas dan bermutu tinggi untuk meningkatkan kesehatan masyarakat.
2. Menjadi perusahaan yang maju dan berkembang besar di industri air minum serta menguasai pangsa pasar yang lebih luas terutama di Kota Gunungsitoli.

b. Misi Depot Air Minum Kadoz

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas serta kehigenisan air minum.
2. Menyediakan kebutuhan air minum yang sehat bagi masyarakat.

3. Memberikan pelayanan yang baik dan prima serta berfokus pada kepuasan pelanggan.
4. Menyejahterakan kehidupan karyawan serta membangun hubungan kekeluargaan yang baik.
5. Menjalinkan komunikasi bisnis yang saling menguntungkan dan mengedepankan para mitra bisnis.

4.1.3 Arti Merk Kadoz

Kadoz pelesetan kata yang berasal dari bahasa ibrani yaitu Kadosh yang memiliki arti bersih, tidak bercampur atau terpisah dengan hal-hal duniawi, dikhususkan, tidak bercacat, tidak bercela, murni. Kata kadosh juga dapat diartikan suci atau kudus. Kata ini biasanya digunakan oleh para bangsa ibrani dalam penyembahan atau pujian dalam ibadah kepada Tuhan.

Dalam perkembangannya, umat Kristiani sering menggunakan kata kadosh dalam Alkitab yang menggambarkan kegiatan atau hal – hal yang berkiatan terhadap Tuhan. Contohnya, kata kadosh sering digunakan terhadap instrumen penyembahan yang telah diberkati seperti tempat ibadah, air suci, roti suci, orang kudus, kegiatan kudus (sakramen kudus, perjamuan kudus, dan lainnya) dan hal – hal lainnya.



Gambar 4.1 Logo Depot Air Minum Kadoz

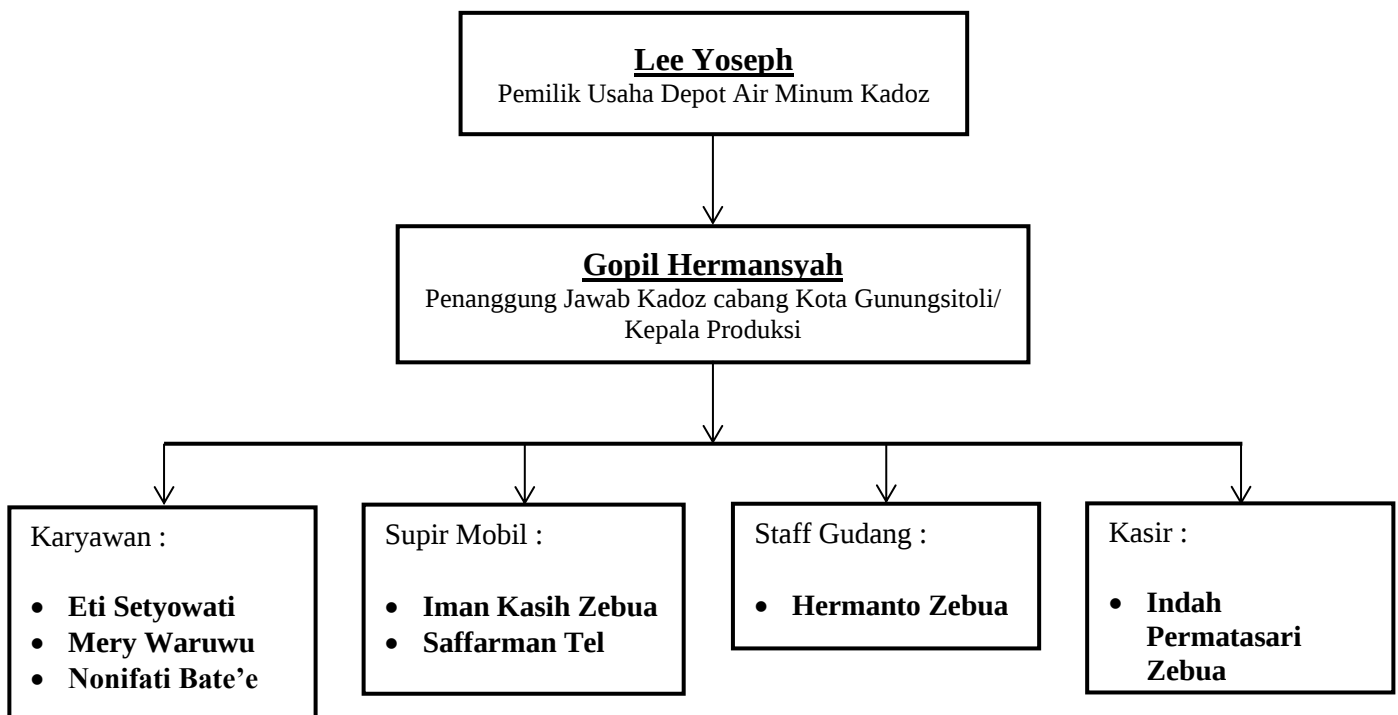
Bedasarkan pengertian kata kadosh, pemilik sekaligus pendiri depot air minum isi ulang merk Kadoz menggunakan kata tersebut dalam menggambarkan produk air minumnya. Dengan merk Kadoz, usaha air minum ini ingin menanamkan di benak konsumen bahwa air minum Kadoz memiliki kebersihan, kualitas, dan mutu yang tinggi, serta baik untuk kesehatan rohani maupun jasmani.

4.1.4 Struktur Organisasi Dan Tugas di Depot Air Minum Kadoz

a. Struktur di Depot Air Minum Kadoz

Struktur dalam sebuah organisasi merupakan sistem dalam membagi tugas dan tanggung jawab setiap anggotanya. Selain itu struktur organisasi juga mempengaruhi tindakan dan memberikan dasar dalam operasional. Keberadaan struktur membantu sebuah organisasi mencapai tujuannya.

Adapun struktur organisasi depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli sebagai berikut :



Gambar 4.2 Bagan Struktur Kadoz cabang Kota Gunungsitoli

b. Tugas di Depot Air Minum Kadoz

1) Pemilik :

- Mempunyai hak atas kepemilikan seluruh depot air minum Kadoz.
- Menyusun rencana jangka pendek dan jangka panjang untuk pengembangan usaha.
- Mengelola pendapatan (Keuangan) dan menetapkan anggaran di depot air minum Kadoz.
- Menetapkan tujuan dan langkah kedepan dalam pertumbuhan usaha di depot air minum Kadoz.

2) Penanggung Jawab/Kepala Produksi :

- Mengatur dan bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan operasional dan karyawan di depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli.
- Menyusun dan menetapkan sumber daya manusia di depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli.
- Menetapkan penjualan dan strategi pemasaran di depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli.
- Memastikan bahwa berbagai bagian dalam organisasi berjalan efisien untuk mencapai tujuan dan target yang telah ditetapkan.
- Memastikan kualitas dan mutu produk di depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli.

3) Kasir :

- Mengelola transaksi pelanggan (menerima kas dan mengembalikan uang kembalian).
- Memindai barang (menghitung barang yang terjual).
- Mengumpulkan dan mencatat berbagai jenis pembayaran.
- Mencatat biaya pengeluaran dan pendapatan yang diterima.

4) Staff Gudang :

- Mengkoordinir dan mengawasi operasional dan aktivitas di gudang, mulai dari proses penyimpanan dan pengeluaran.
- Bertanggung jawab atas pengelolaan galon dan stock di gudang.
- Memastikan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan.
- Mencatat barang yang diproduksi dan pengeluaran barang yang sudah terjual.

5) Supir Mobil :

- Mengantar langsung produk ke rumah pelanggan.
- Melakukan penjualan secara langsung ke konsumen.
- Memastikan produk telah sampai ketangan pelanggan.

6) Karyawan :

- Menerima dan melaksanakan mandat/tugas yang diberikan.
- Memproduksi dan menyusun produk air minum Kadoz.
- Melayani dan mengarahkan konsumen dalam melakukan pembelian.
- Membantu bagian kasir dan staff gudang dalam mencatat setiap barang keluar.

4.1.5 Analisis Data Responden

Dalam penelitian ini bahwa yang menjadi responden adalah pelanggan atau pembeli di depot air minum isi ulang Kadoz. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 35 orang berdasarkan sampel yang diangkat bahwa penyebaran kuesioner kepada 35 orang responden yang dimana penyebarannya layak untuk diolah. Dengan identifikasi sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang dikumpulkan maka diperoleh data tentang jenis kelamin responden, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki – Laki	23	66%
2	Perempuan	12	34%
Total		35	100 %

Sumber : Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 35 responden jumlah Laki-laki yaitu 23 orang (66%) dan jumlah Perempuan yaitu 12 orang (34%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang dikumpulkan maka diperoleh data tentang usia responden, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	< 24	5	14%
2	26 - 30	12	34%
3	31 - 44	14	40%
4	45 >	4	11%
Total		35	100 %

Sumber : Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 35 responden memiliki rentang usia antara lain: rentang usia kurang dari 24 tahun berjumlah 5 orang (14%), rentang usia 26 – 30 tahun berjumlah 12 orang (34%), rentang usia 31 - 44 tahun berjumlah 14 orang (40%), rentang usia lebih dari 45 tahun berjumlah 4 orang (11%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data yang dikumpulkan maka diperoleh data tentang pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Wiraswasta	5	14%
2	Pegawai Negeri Sipil	8	23%
3	Ibu Rumah Tangga	7	20%
4	Karyawan Swasta	6	17%
5	Petani	3	9%
6	Pendeta	1	3%
7	Belum Bekerja	2	6%
8	Penjahit	3	9%
Total		35	100 %

Sumber : Data Primer, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 35 responden memiliki jenis pekerjaan antara lain: wiraswasta berjumlah 5 orang (14%), pegawai negeri sipil berjumlah 8 orang (23%), ibu rumah tangga berjumlah 7 orang (20%), karyawan swasta berjumlah 6 orang (17%), petani berjumlah 3 orang (9%), pendeta berjumlah 1 orang (3%), belum bekerja berjumlah 2 orang (6%), dan penjahit berjumlah 3 orang (9%).

4.2 Analisis Hasil Data

4.2.1 Pengolahan Angket

a. Rekapitulasi Hasil Angket Harga (Variabel X)

Jumlah butir soal angket pada variabel X adalah 10 soal maka diperoleh jumlah jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Angket Harga (X)

No. Resp	Harga										Skor
	X1										
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
R1	2	2	3	1	3	2	3	2	2	2	22
R2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	35
R3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	4	32
R4	2	3	3	4	3	4	3	3	2	3	30
R5	4	4	2	3	4	3	4	3	3	2	32
R6	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	30
R7	3	3	4	2	4	4	4	2	2	1	29
R8	2	2	4	4	2	2	3	3	3	4	29
R9	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	32
R10	1	2	2	2	2	2	1	3	2	1	18
R11	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
R12	3	4	3	3	1	3	2	3	4	1	27
R13	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	35
R14	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	30
R15	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
R16	1	3	4	2	1	3	4	2	3	4	27
R17	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	37
R18	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	27

R19	3	2	4	2	3	3	4	4	3	2	30
R20	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	34
R21	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	31
R22	2	4	4	2	1	2	4	4	3	4	30
R23	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	28
R24	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	37
R25	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	34
R26	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	32
R27	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	34
R28	2	3	2	3	3	2	3	3	4	4	29
R29	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	30
R30	3	3	4	4	3	4	3	4	4	2	34
R31	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	35
R32	3	2	1	3	3	3	2	3	2	1	23
R33	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	33
R34	3	2	4	3	4	2	4	3	4	3	32
R35	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	35

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2025

b. Rekapitulasi Hasil Angket Tingkat Penjualan (Variabel Y)

Jumlah butir soal angket pada variabel Y adalah 10 soal maka diperoleh jumlah jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Angket Tingkat Penjualan (Y)

No. Resp.	Tingkat Penjualan										Skor
	Y										
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
R1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	18
R2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	29
R3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
R4	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	32
R5	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	29
R6	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	32
R7	2	2	3	2	2	4	3	4	2	3	27
R8	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	32
R9	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	35
R10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
R11	2	2	3	1	3	4	4	3	3	3	28
R12	2	4	2	2	2	3	4	1	4	3	27
R13	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	35
R14	1	2	3	3	4	3	3	4	2	2	27
R15	2	2	2	3	2	1	3	2	2	3	22
R16	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	23
R17	1	1	2	4	4	3	3	4	4	4	30
R18	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	34
R19	2	3	2	2	4	3	4	3	4	4	31
R20	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
R21	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	37
R22	3	3	3	4	3	4	3	4	2	1	30
R23	2	3	3	4	2	4	3	4	1	2	28
R24	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
R25	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	34
R26	4	4	2	4	4	3	4	4	2	3	34
R27	3	4	1	4	3	3	4	4	3	3	32
R28	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	35
R29	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	34
R30	4	1	2	4	3	4	3	3	2	3	29

R31	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	30
R32	3	3	1	4	4	4	2	3	3	3	30
R33	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	35
R34	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3	33
R35	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	32

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2025

4.1.6 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

a. Uji Validitas Variabel Harga (X)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X)

No. Item Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	0,704	0,334	Valid
2	0,454	0,334	Valid
3	0,366	0,334	Valid
4	0,540	0,334	Valid
5	0,550	0,334	Valid
6	0,606	0,334	Valid
7	0,605	0,334	Valid
8	0,465	0,334	Valid
9	0,609	0,334	Valid
10	0,505	0,334	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2025

b. Uji Validitas Variabel Tingkat Penjualan (Y)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Penjualan (Y)

No. Item Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	0,575	0,334	Valid
2	0,648	0,334	Valid
3	0,517	0,334	Valid
4	0,343	0,334	Valid
5	0,537	0,334	Valid
6	0,501	0,334	Valid
7	0,612	0,334	Valid
8	0,488	0,334	Valid
9	0,568	0,334	Valid
10	0,355	0,334	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2025

4.1.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur kuesioner dan dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabel Data

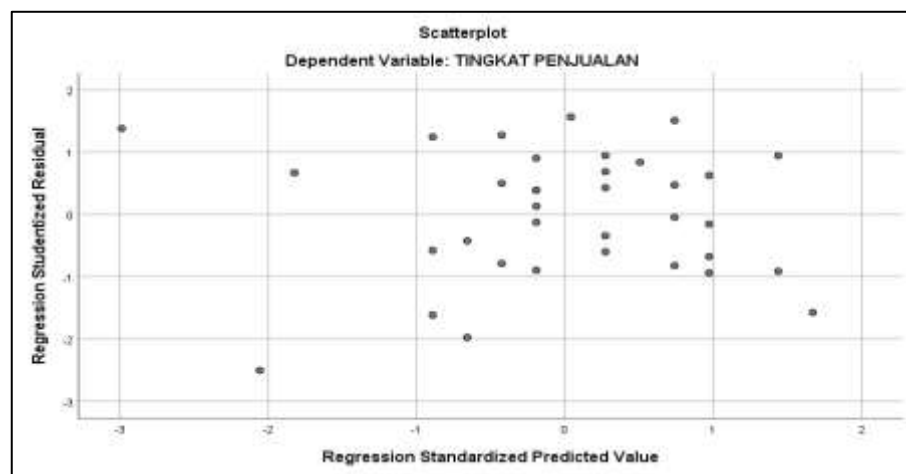
Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Syarat	Keterangan
Harga	0,724	10	0,6	Reliabel
Tingkat Penjualan	0,689	10	0,6	Reliabel

Sumber: Output SPSS 26, 2025

Bedasarkan tabel 4.8 diatas, pada variabel X menunjukan *Cronbach's Alpha* $0,724 > 0,6$ dari 10 item pertanyaan dikatakan realibel. Pada variabel Y menunjukan *Cronbach's Alpha* $0,689 > 0,6$ dari 10 item pertanyaan dikatakan realibel.

4.1.8 Uji Heteroskedastisitas

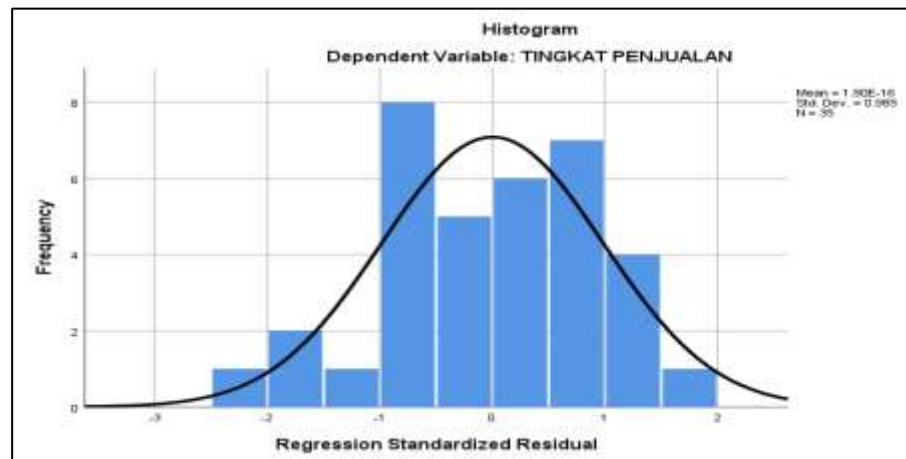
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Sumber: Output SPSS 26, 2025

Gambar 4.3 Diagram Scatter Plot

Gambar 4.1 menunjukan penyebaran titik terjadi secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah dari titik 0 pada sumbu X dan Y. Hal ini menunjukan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber: Output SPSS 26, 2025

Gambar 4.4 Grafik Histogram

Pada gambar 4.2 grafik histogram diatas menunjukkan bahwa data menyebar dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.1.9 Uji Koefisien Kolerasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi..

Dalam penelitian ini, analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuat hubungan antara variabel-variabel independen, yaitu Harga, baik secara parsial maupun secara simultan terhadap Tingkat Penjualan sebagai variabel dependen.

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Kolerasi

Correlations		HARGA	TINGKAT PENJUALAN
HARGA	Pearson Correlation	1	.423*
	Sig. (2-tailed)		.011
	N	35	35
TINGKAT PENJUALAN	Pearson Correlation	.423*	1
	Sig. (2-tailed)	.011	
	N	35	35

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS 26, 2025

Ketentuan :

- Interval Koefisien Kolerasi dan tingkat hubungan
- Jika $r\text{-Hitung} > r\text{-Tabel}$ dan $\text{sig.} < 0,05$, koefisien korelasi signifikan.

Berdasarkan pada interval koefisien kolerasi, tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa hubungan antar variabel harga (X) dan tingkat

penjualan (Y) yaitu 0,423 berada pada tingkat sedang dan bernilai positif. Pada tingkat signifikan berada pada $0,011 < 0,05$ menunjukkan kedua variabel memiliki korelasi signifikan dan r -Hitung lebih besar dari r -Tabel yaitu $0,423 > 0,334$.

4.1.10 Analisa Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y).

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17.800	4.909		.001
	HARGA	.423	.158	.423	.011

a. Dependent Variable: TINGKAT PENJUALAN

Sumber: Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *constant* yaitu 17,8 sehingga dapat dikatakan variabel Y bernilai konstanta. Pada variabel X menunjukkan nilai positif sehingga dapat diambil persamaan :

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX \\
 &= 17,8 + 0,423 X \text{ (bernilai positif)}
 \end{aligned}$$

Menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 % variabel Harga (X) maka nilai variabel Tingkat Penjualan (Y) meningkat sebesar 0,423. Hal ini menunjukkan variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y.

4.1.11 Uji Koefisien Determinan

Uji Koefisien Determinan, atau sering disebut R^2 (R-squared), adalah ukuran statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk menilai seberapa baik model regresi menjelaskan variabilitas variabel dependen.

Tabel 4.11
Hasil Uji Kofiseien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	.357	.154	3.95041

a. Predictors: (Constant), HARGA

b. Dependent Variable: TINGKAT PENJUALAN

Sumber: Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 4.10 diatas nilai R Square sebesar 0,357. Hal ini menunjukan bahwa variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y sebesar 35,7%. Untuk 64,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti faktor tempat, strategi pemasaran atau promosi, kinerja karyawan dan lain sebagainya.

4.1.12 Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis apabila peneliti menganalisis regresi parsial (sebuah variabel bebas dengan sebuah variabel terikat). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $p\text{-value} > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $p\text{-value} < 0.05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 4 .12
Hasil Uji Hipotesis Atau Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17.800	4.909		.001
	HARGA	.423	.158	.423	.011

a. Dependent Variable: TINGKAT PENJUALAN

Sumber: Output SPSS 26, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.11 diatas dapat dijelaskan bahwa variabel Harga (X) memiliki t_{hitung} sebesar $2,679 > t_{tabel}$ sebesar $1,692$ dan pada tingkat signifikan sebesar $0,011 < 0,05$. Sehingga diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang berarti adanya pengaruh Variabel Harga (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Tingkat Penjualan (Y)''.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Penjualan Pada Produk Kadoz Cabang Kota Gunungsitoli

Harga merupakan elemen penting dalam sebuah usaha dalam mendapatkan laba atau keuntungan. Menurut Elliyana *et al.*, (2022:108) bahwa “Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen guna memperoleh utilitas dalam mempunyai ataupun memakai sesuatu produk ataupun jasa”. Dari penetapan harga yang sesuai perusahaan dapat menentukan berapa besar mendapatkan keuntungan setiap penjualan produk.

Tidak hanya berlaku bagi perusahaan, konsumen juga sering kali mempertimbangkan harga suatu produk dengan produk lainnya dan menjadikannya dasar dalam mengambil keputusan dalam berbelanja. Karna pada hakikatnya konsumen lebih cenderung mencari dan memilih harga yang jauh lebih murah dengan barang atau jasa yang memiliki fungsi yang sama. Untuk itu dalam perusahaan harus memiliki pertimbangan serta menganalisis harga pasar untuk menetapkan suatu harga pada produk yang dijual untuk mempengaruhi tingkat penjualan yang diperoleh. Pernyataan ini selaras dengan pendapat Elliyana *et. al.* (2022 : 108) dalam bukunya mengatakan bahwa “Harga yang tepat dan diterima oleh pasar akan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan”.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data sebagai bahan pendukung di penelitian ini seperti sejarah usaha, bagan struktur dan tugas masing – masing divisi dan juga dengan menyebarkan angket kepada 35 orang konsumen depot air minum Kadoz cabang Kota Gunungsitoli sebagai

teknik dalam pengumpulan data. Dari jawaban angket tersebut kemudian didapatkan hasil untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis dalam penelitian ini. Data yang diterima kemudian di input ke dalam aplikasi Ms. Excel dan kemudian di olah dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26.

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, data yang diperoleh terhadap variabel X dan variabel Y bersifat valid dan reliabel. Pada uji validitas masing – masing data yang diperoleh berada diatas r-Tabel (*Tabel product moment*) yaitu $> 0,334$. Pada uji reliabilitas kedua variabel lebih besar dari 0,6. Untuk pendistribusian data melalui uji heteroskedastisitas, output SPSS 26 diagram *Scatterplot* dan *Histogram* menunjukkan data terdistribusi normal dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari pengujian – pengujian tersebut data yang diperoleh layak untuk digunakan.

Selanjutnya, berdasarkan uji t (uji hipotesis) dengan ketentuan jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan $p\text{-value} > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan $p\text{-value} < 0.05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil output dari tabel *Coefficient* memperoleh variabel Harga (X) memiliki t-tabel sebesar $2,679 > t\text{-hitung}$ sebesar 1,692 dan pada tingkat signifikan sebesar $0,011 < 0,05$. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan dari penelitian ini bahwa harga yang telah ditetapkan oleh depot air minum Kadoz mempengaruhi tingkat penjualan yang dilakukan.

Hasil penelitian ini didukung pada penelitian yang dilakukan pada tahun – tahun sebelumnya oleh Elan Eriswanto *et al.* (2019), mendapatkan hasil dari penelitian tersebut bahwa bahwa terdapat pengaruh penetapan harga jual terhadap penjualan pada PT. Liza Christina Garment Industry, hal ini terbukti dari hasil uji t yaitu $t_{hitung} 68.615 > t_{tabel} 2,034$, dapat diartikan bahwa harga jual berpengaruh terhadap penjualan dan nilai $0.000 < 0,05$, menunjukkan pengaruh yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT. Liza Christina Garment Industry. Pada penelitian selanjutnya oleh Enti Lestari M. *et. al.* (2023) dalam penelitiannya mendapatkan hasil bahwa harga berkontribusi sebesar 66,5% terhadap variasi penjualan, dengan koefisien

korelasi 0,818 yang menunjukkan hubungan positif yang kuat antara harga dan penjualan. Hasil persamaan regresi ($Y = 6,985 + 0,814X$) menegaskan bahwa setiap peningkatan harga (X) diikuti dengan peningkatan penjualan (Y).

4.3.2 Besarnya Hubungan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Pada Produk Kadoz Cabang Kota Gunungsitoli

Hubungan variabel Harga (X) dengan variabel Tingkat Penjualan (Y) berdasarkan hasil output SPSS versi 26 sebagai berikut :

Berdasarkan uji regresi liner sederhana menunjukan hubungan antar variabel harga dan variabel tingkat penjualan. Sehingga setiap penambahan 1% pada variabel tingkat penjualan (ditunjukan pada nilai Constant 17,8) bertambah sebesar +0,423. Hal ini menunjukan hubungan pada variabel X dan variabel Y bersifat positif. Uji regresi linear sederhana berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y).

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi dengan ketentuan jika $r\text{-Hitung} > r\text{-Tabel}$ dan $\text{sig.} < 0,05$ koefisien korelasi signifikan didapatkan pada tingkat signifikan berada pada $0,011 < 0,05$ menunjukan kedua variabel memiliki hubungan korelasi signifikan dan $r\text{-Hitung}$ lebih besar dari $r\text{-Tabel}$ yaitu $0,423 > 0,334$. Berdasarkan interval tingkat hubungan, hubungan variabel harga dan variabel tingkat penjualan berada pada tingkat sedang (Tabel Interval Koefisien Korelasi Antarvariabel).

Berdasarkan uji koefisien determinan mendapatkan hasil besarnya nilai pengaruh harga terhadap tingkat penjualan pada produk Kadoz cabang Kota Gunungsitoli ditunjukan oleh *R-Square* sebesar 0,357 atau 35,7%. Untuk 64,3% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti faktor pelayanan, sumber daya manusia, strategi pemasaran dan lain sebagainya.