

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Temuan Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat PT. Liquid Kencana Abadi

PT. Liquid Kencana Abadi berdiri di Kota Gunungsitoli sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan penyediaan kebutuhan minuman serta produk konsumsi harian. Kehadiran perusahaan ini diawali dari semangat sekelompok pengusaha lokal yang melihat peluang besar di sektor perdagangan dan distribusi di wilayah Kepulauan Nias. Pada awal berdirinya, perusahaan hanya beroperasi dalam skala kecil dengan menjangkau beberapa toko dan warung sekitar kota. Namun seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat dan pesatnya pertumbuhan ekonomi lokal, PT. Liquid Kencana Abadi mulai memperluas jangkauan pasarnya.

Sejak awal berdirinya, perusahaan ini berkomitmen untuk menghadirkan layanan distribusi yang cepat, tepat, dan terpercaya. Dengan memanfaatkan jaringan transportasi darat dan laut, PT. Liquid Kencana Abadi berhasil menjadi salah satu perusahaan yang mampu menjawab kebutuhan pasokan barang di daerah-daerah pelosok Nias. Dukungan tenaga kerja lokal yang terampil juga menjadi salah satu kekuatan perusahaan dalam membangun kepercayaan mitra usaha maupun konsumen.

Memasuki beberapa tahun pertama, PT. Liquid Kencana Abadi mulai melakukan modernisasi dalam sistem manajemen dan pelayanan. Perusahaan tidak hanya berfokus pada penyaluran barang, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan, ketepatan waktu distribusi, serta hubungan baik dengan para mitra. Hal ini membuat perusahaan semakin dikenal di kalangan pelaku usaha lokal, baik pada sektor ritel maupun grosir.

Hingga saat ini, PT. Liquid Kencana Abadi tetap eksis sebagai salah satu perusahaan yang berperan penting dalam mendukung rantai distribusi barang di Kota Gunungsitoli dan sekitarnya. Dengan visi untuk menjadi perusahaan distribusi yang terdepan di Kepulauan Nias, perusahaan ini terus

melakukan pengembangan, baik dalam infrastruktur, sumber daya manusia, maupun strategi bisnis. Sejarah panjang PT. Liquid Kencana Abadi menjadi bukti nyata bahwa kerja keras, inovasi, dan kepercayaan masyarakat merupakan kunci utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

4.1.2. Karakteristik Responden

A. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 35 orang pelanggan PT. Liquid Kencana Abadi yang dipilih secara purposive sesuai dengan kriteria penelitian. Dari keseluruhan responden, diperoleh data bahwa mayoritas pelanggan berada pada kelompok usia produktif, yakni 21–40 tahun sebesar 62,8% (22 orang), sedangkan pelanggan berusia di atas 40 tahun sebanyak 25,7% (9 orang), dan sisanya berusia di bawah 21 tahun sebesar 11,5% (4 orang). Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri dari 20 orang laki-laki (57,1%) dan 15 orang perempuan (42,9%), yang menunjukkan bahwa pelanggan PT. Liquid Kencana Abadi relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan. Dari segi tingkat pendidikan, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat yaitu 17 orang (48,6%), disusul oleh lulusan perguruan tinggi sebanyak 12 orang (34,3%), sedangkan sisanya adalah lulusan SMP ke bawah sejumlah 6 orang (17,1%). Selanjutnya, jika dilihat dari pekerjaan utama, responden terbagi atas wiraswasta sebanyak 14 orang (40%), pegawai swasta 10 orang (28,6%), pegawai negeri sipil 6 orang (17,1%), dan lainnya termasuk petani serta pekerja serabutan sebanyak 5 orang (14,3%).

Data identitas responden ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan PT. Liquid Kencana Abadi adalah kelompok usia produktif dengan latar belakang pendidikan menengah dan tinggi, serta didominasi oleh pekerjaan sektor swasta dan wirausaha. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan memiliki pemahaman yang cukup baik terhadap produk dan layanan perusahaan, sehingga mampu

memberikan penilaian yang objektif terhadap kualitas distribusi maupun kepuasan layanan yang diberikan.

B. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 35 orang pelanggan PT. Liquid Kencana Abadi, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif. Data menunjukkan bahwa sebanyak 22 orang responden (62,8%) berada pada rentang usia 21–40 tahun, yang mengindikasikan bahwa pelanggan dalam kelompok usia ini merupakan pengguna dominan jasa maupun produk PT. Liquid Kencana Abadi. Selanjutnya, terdapat 9 orang responden (25,7%) yang berusia di atas 40 tahun, menunjukkan bahwa meskipun jumlahnya lebih sedikit dibandingkan kelompok usia produktif, kelompok ini tetap memberikan kontribusi signifikan dalam struktur pelanggan. Sementara itu, responden yang berusia di bawah 21 tahun tercatat sebanyak 4 orang (11,5%), yang menggambarkan bahwa segmen usia muda masih relatif kecil dalam lingkup pelanggan perusahaan ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Liquid Kencana Abadi didominasi oleh usia produktif, yang menunjukkan potensi pasar terbesar berada pada kelompok usia tersebut.

Tabel 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Presentase
1.	< 21 tahun	4 orang	11,5%
2.	21 – 40 tahun	22 orang	62,8 %
3.	> 40 tahun	9 orang	25,7 %
Jumlah	35 Orang	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

C. Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap 35 orang responden yang merupakan pelanggan PT. Liquid Kencana Abadi,

diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/ sederajat. Jumlah responden dengan latar belakang pendidikan ini sebanyak 17 orang atau sekitar 48,6% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan perusahaan berada pada tingkat pendidikan menengah atas, yang umumnya memiliki pemahaman cukup baik terhadap produk maupun layanan yang ditawarkan. Selanjutnya, terdapat 12 orang responden atau 34,3% yang merupakan lulusan perguruan tinggi. Persentase ini menggambarkan bahwa hampir sepertiga pelanggan memiliki latar belakang pendidikan tinggi, yang dapat menjadi indikator bahwa perusahaan mampu menarik perhatian konsumen dengan tingkat pemikiran kritis serta kebutuhan yang lebih selektif terhadap kualitas layanan. Sementara itu, sebanyak 6 orang responden atau 17,1% lainnya memiliki tingkat pendidikan SMP ke bawah. Meskipun jumlahnya lebih sedikit, kelompok ini tetap memberikan kontribusi penting dalam memahami karakteristik pelanggan dengan latar belakang pendidikan dasar. Secara keseluruhan, distribusi tingkat pendidikan ini mencerminkan keberagaman latar belakang pelanggan PT. Liquid Kencana Abadi, yang dapat mempengaruhi preferensi dan pola konsumsi mereka terhadap produk perusahaan.

Tabel 4.2
Daftar Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase %
1	SMP	6 Orang	17,1 %
2	SMA	17 Orang	48,6 %
3	Perguruan Tinggi	12 Orang	34,3 %
Total		35 Orang	100 %

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

4.2. Analisa Hasil Penelitian

Sebelum mengolah data, peneliti melakukan 2 tahap yaitu

a) Verifikasi data

Verifikasi data merupakan proses ketika berbagai jenis data diperiksa ketepatan dan ketidakkonsistennya setelah migrasi data yang dilakukan.

13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
14	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	40
15	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	43
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
17	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
18	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	48
19	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	45
20	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	53
21	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	43
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
25	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
29	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
32	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
33	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
34	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	56
35	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	57

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

4.2.2. Rekapitulasi Hasil Angket Harga Produk (Variabel Y)

Tabel 4.4
Hasil Angket Harga Produk

No	Harga Produk (Y)										Jumlah
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	34
2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	28
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	39
7	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	27
8	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	30
9	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	30
10	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	33

11	4	3	4	3	3	3	5	5	5	4	29
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	38
15	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	37
16	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	28
17	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	27
18	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	27
19	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	37
20	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	39
21	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	39
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	29
24	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	29
25	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	34
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	30
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	31
33	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	39
34	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	32
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

4.3. Uji Instrumen

4.3.1. Uji Validitas Data

Dalam proses pengujian validitas instrumen, peneliti memanfaatkan bantuan program SPSS untuk melakukan analisis data. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *r hitung* dengan *r tabel* sebagai dasar pengambilan keputusan. Nilai derajat kebebasan ditentukan dengan rumus $df = N - 2$, di mana *N* merupakan jumlah responden. Dengan jumlah sampel sebanyak 35 orang, maka diperoleh $df = 33$. Pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), nilai *r tabel* yang digunakan adalah 0,333. Apabila nilai *r hitung* lebih besar dari nilai *r tabel* dan bernilai positif, maka item pertanyaan dianggap valid. Hasil uji validitas variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Kepemimpinan Servant (Variabel X)

Untuk menghitung validitas variabel Biaya Penyimpanan, peneliti mempersiapkan hasil item angket dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Biaya Penyimpanan (X)

No Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,827	0,333	Valid
2	0,837	0,333	Valid
3	0,897	0,333	Valid
4	0,856	0,333	Valid
5	0,878	0,333	Valid
6	0,884	0,333	Valid
7	0,903	0,333	Valid
8	0,881	0,333	Valid
9	0,943	0,333	Valid
10	0,923	0,333	Valid

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Berdasarkan Tabel 4.5, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuisioner yang telah di sebarakan kepada seluruh responden sebanyak 35 orang dan angket tersebut telah kembali dengan utuh dan lengkap, dan khusus variabel Biaya Penyimpanan dinyatakan valid, karena dari semua item pertanyaan mempunyai nilai *Pearson Correlation*(r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} (0,333).

2. Uji Validitas Variabel Harga Produk

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Harga Produk (Y)

No Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,897	0,333	Valid
2	0,879	0,333	Valid
3	0,908	0,333	Valid
4	0,824	0,333	Valid
5	0,916	0,333	Valid
6	0,934	0,333	Valid
7	0,565	0,333	Valid
8	0,629	0,333	Valid
9	0,629	0,333	Valid
10	0,815	0,333	Valid

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Berdasarkan Tabel 4.6, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuisisioner yang telah di sebarakan kepada seluruh responden sebanyak 35 orang dan angket tersebut telah kembali dengan utuh dan lengkap, dan khusus variabel Harga Produk dinyatakan valid, karena dari semua item pertanyaan mempunyai nilai *Pearson Correlation*(r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} (0,333).

4.3.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas, penulis menggunakan analisis yang sama yaitu SPSS. Berikut hasil uji reliabilitas.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas tiap Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
Biaya Penyimpanan	0,968	10
Harga Produk	0,945	10

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variable memiliki CroncAlpha > 0.60 . Dimana untuk X *CronchAlpha* $0.968 > 0.60$. Dengan demikian seluruh variabel di dalam penelitian ini yaitu variabel tingkat Biaya Penyimpanan dan Harga Produk, dapat dikatakan Reliabel.

4.3.3. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sudaryono (2019: 67), analisis korelasi merupakan salah satu teknik statistik yang sering digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel. Dimana jenis hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat dapat bersifat positif berarti memiliki hubungan searah dimana nilai variabel independen tinggi maka nilai variabel dependen tinggi. Sebaliknya bila nilai korelasi bernilai positif maka memiliki hubungan yang berlawanan dimana nilai variabel independen tinggi maka nilai variabel dependen turun atau rendah.

Untuk menginterpretasikan mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Syofian Siregar (2017: 251) adalah sebagai berikut:

- 1) 0,00-0,199 tingkat hubungan sangat lemah
- 2) 0,20-0,399 tingkat hubungan lemah
- 3) 0,40-0,599 tingkat hubungan cukup
- 4) 0,60-0,799 tingkat hubungan kuat
- 5) 0,80-1,00 tingkat hubungan sangat kuat

Tabel 4.8
Uji Koefesien Korelasi

Correlations			
		Biaya Pentimpanan	Harga Produk
Biaya Pentimpanan	Pearson Correlation	1	.579**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	35	35
Harga Produk	Pearson Correlation	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	35	35
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Berdasarkan tabel nilai koefesien kolerasi Biaya Penyimpanan sebesar 0.579 berdasarkan pedoman nilai interprestasi kolerasi nilai berada pada rentang 0.40-0,599 yang berarti tingkat hubungan Biaya Penyimpanan terhadap Harga Produk termasuk pada tingkat hubungan Hubungan Cukup.

4.4. Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data pada variabel independen dan dependen dalam model regresi memiliki sebaran yang mendekati distribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi 0.05. Jika nilai probabilitas (sig) > 0.05, maka data dianggap memiliki distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai probabilitas (sig) < 0.05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Uji Normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.07016880
Most Extreme Differences	Absolute	.157
	Positive	.104
	Negative	-.157
Test Statistic		.157
Asymp. Sig. (2-tailed)		.030 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

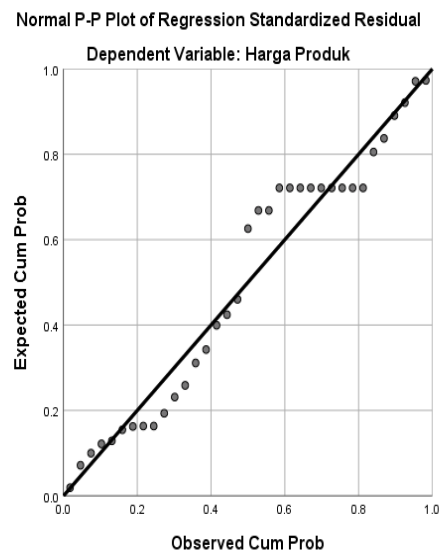
Sumber: diolah dari data primer melalui spss satastic26, 2025

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada data residual yang ditunjukkan dalam Tabel 4.9 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.30. Karena nilai ini lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Dengan demikian, Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa syarat normalitas telah terpenuhi.

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2020:47), heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas.

Dalam uji heteroskedastisitas peneliti menggunakan bantuan SPSS26.



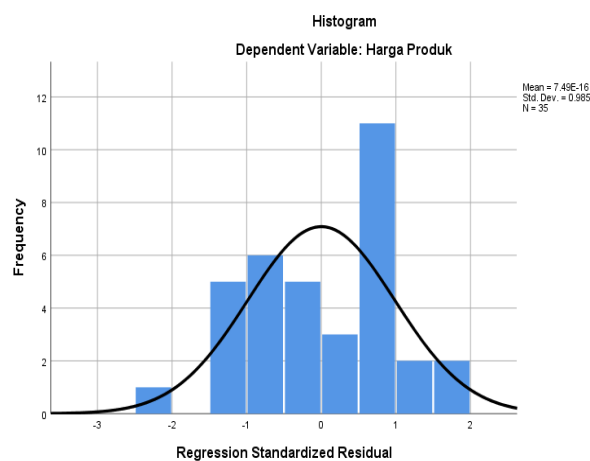
Gambar 4.1
Hasil Uji P-P Plot of Regression

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Berdasarkan gambar diatas maka dapat kita simpulkan bahwa titik titik dalam gambar diatas menyebar pada setiap titik 0, maka dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4.3. Histogram

Histogram merupakan grafik batang yang berfungsi sebagai penguji (secara grafis) apakah data yang diolah berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka data akan membentuk seperti lonceng.



Gambar 4.2
Histogram Normalitas

Berdasarkan Uji histogram yang ditampilkan, dapat disimpulkan bahwa data yang diolah berdistribusi normal. Bentuk histogram yang menyerupai lonceng mengindikasikan bahwa data tersebut mengikuti distribusi normal dengan nilai-nilai yang terpusat di sekitar rata-rata dan menurun frekuensinya secara bertahap ke arah kedua ekor.

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1. Uji Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini menggunakan *adjusted R square*, dimana setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat. Oleh karena itu banyak peneliti yang menganjurkan menggunakan *adjusted R square* pada saat mengevaluasi model regresi. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted R square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Tabel 4.10
Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.335	.315	4.131
a. Predictors: (Constant), Biaya Penyimpanan				
b. Dependent Variable: Harga Produk				

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Berdasarkan dari tabel 4.10 diatas, didapatkan bahwa nilai dari koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,315. Nilai tersebut merepresentasikan bahwa sekitar 31,5% variasi yang terjadi pada variabel Biaya Penyimpanan dapat dijelaskan oleh pengaruh gabungan antara tingkat Harga Produk. Adapun sisanya, yakni sebesar 69,5%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

4.5.2. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi Linear berganda bertujuan untuk menganalisis sejauh mana variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat serta membantu dalam melakukan prediksi berdasarkan data yang ada. Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.11
Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.955	4.865		3.074	.004
Biaya Penyimpanan	.377	.093	.579	4.074	.000

a. Dependent Variable: Harga Produk

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Berdasarkan hasil output SPSS diatas, maka dapat dirumuskan odel persamaan regresinya sebagai berikut:

Rumus:

$$Y=14.845 (a)+0.383 (x)+e$$

Model model regresi tersebut bermakna:

- constantan (a)=14.955 artinya apabila Biaya Penyimpanan itu constant atau tetap, maka Harga Produk sebesar 14.955.
- koefesien ke arah regresi /B (X) =0.377 (bernilai positif) artinya,sehingga Harga Produk juga akan mengalami peningkatan sebesar, 0.377.

4.5.3. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh Biaya Penyimpanan (X) dan Harga Produk(Y). Apabila nilai t hitung > t tabel, atau nilai signifikansi < 0.05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika t hitung < t tabel, atau nilai signifikansi > 0.05, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Nilai t tabel

dengan alpha 5% dibagi 2 (0.025) dan jumlah sampel $n = 35$ dikurangi $k = 3$ jumlah variabel yang digunakan maka diperoleh t tabel sebesar 2.052. Hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12

Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.955	4.865		3.074	.004
Biaya Penyimpanan	.377	.093	.579	4.074	.000

a. Dependent Variable: Harga Produk

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Berdasarkan dengan tabel diatas, maka interprestasinya adalah diketahui nilai sign variabel $X_{000} > 0.05$ dan nilai t hitung $14.955 < 2.052$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan berpengaruh terhadap variabel Harga Produk (Y).

4.6. Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 2 variabel yaitu variabel tingkat Biaya Penyimpanan (X), dan variabel Harga Produk (Y). Dalam proses pengambilan data, peneliti secara langsung mendistribusikan angket kepada para responden tanpa bantuan perantara. Sebagai bentuk pembuktian bahwa hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat diterima, data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terlebih dahulu diolah, lalu dianalisis untuk menguji tingkat validitas serta konsistensinya.

Keseluruhan butir pernyataan yang disusun berjumlah 20 item. Dimana, 10 pernyataan untuk variabel Biaya Penyimpanan (X), dan 10 pernyataan untuk variabel Harga Produk (Y).

4.6.1. Pengaruh Biaya Penyimpanan terhadap Harga Produk yang Di jual di PT. Liquid Kencana Abadi.

Pembahasan mengenai pengaruh biaya penyimpanan terhadap harga produk di PT. Liquid Kencana Abadi menunjukkan hasil yang signifikan. Berdasarkan uji statistik, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung sebesar $4.074 > 2.052$. Hasil ini menegaskan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti biaya penyimpanan berpengaruh nyata terhadap harga produk (Y). Artinya, semakin tinggi biaya penyimpanan yang ditanggung perusahaan, maka harga jual produk cenderung meningkat untuk menutup biaya tersebut. Nilai koefisien beta sebesar 0.579 atau 57,9% mengindikasikan bahwa lebih dari separuh variasi perubahan harga produk dapat dijelaskan oleh biaya penyimpanan. Hal ini menunjukkan bahwa biaya penyimpanan merupakan faktor dominan yang tidak bisa diabaikan dalam strategi penetapan harga perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Mulyadi (2020), yang menjelaskan bahwa biaya penyimpanan merupakan bagian dari biaya distribusi yang memengaruhi struktur harga akhir suatu produk. Ketika biaya penyimpanan meningkat, perusahaan harus menyesuaikan harga produk agar tetap memperoleh margin keuntungan. Hal serupa disampaikan oleh Kotler & Keller (2021), bahwa strategi penetapan harga tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi pasar dan persaingan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor internal berupa struktur biaya perusahaan, termasuk biaya gudang dan logistik. Dengan kata lain, manajemen penyimpanan yang tidak efisien akan menyebabkan kenaikan harga jual, yang pada akhirnya dapat menurunkan daya beli konsumen. Bagi PT. Liquid Kencana Abadi, hal ini menjadi krusial karena produk yang didistribusikan adalah kebutuhan sehari-hari, dimana konsumen sangat sensitif terhadap perubahan harga.

Dalam konteks PT. Liquid Kencana Abadi, fenomena operasional mendukung hasil penelitian ini. Perusahaan mendistribusikan berbagai produk kebutuhan sehari-hari seperti FFI, Garuda Food, Nutrifood, Kino,

SaSa, Kokola, Unifam, dan Nissin. Produk-produk ini memiliki karakteristik berbeda dari sisi volume, masa simpan, dan tingkat perputaran. Namun, perusahaan masih menghadapi masalah penumpukan stok karena kurangnya perencanaan permintaan (*demand forecasting*) dan sistem rotasi yang belum optimal. Produk dengan masa simpan pendek seperti makanan ringan dan bumbu sering kali menumpuk di gudang, sedangkan produk dengan permintaan tinggi justru mengalami kekurangan. Situasi ini meningkatkan biaya penyimpanan, mulai dari biaya perawatan, tenaga kerja tambahan, hingga risiko penyusutan dan kerusakan. Biaya tambahan tersebut pada akhirnya harus dimasukkan ke dalam harga jual, sehingga produk menjadi relatif lebih mahal dibandingkan kompetitor.

Sejalan dengan penelitian Nugroho (2021), perusahaan dengan sistem penyimpanan yang tidak efisien cenderung mengalami pembengkakan biaya operasional. Kondisi ini relevan dengan PT. Liquid Kencana Abadi, dimana kapasitas gudang yang terbatas dan sistem pencatatan manual menyebabkan ketidaksesuaian antara data stok dengan kondisi riil di lapangan. Misalnya, data pencatatan menunjukkan stok masih tersedia, tetapi kenyataannya barang sudah menipis, sehingga perusahaan harus melakukan pemesanan mendadak yang berbiaya tinggi. Sebaliknya, pada produk dengan permintaan rendah, stok sering kali menumpuk dan membutuhkan biaya tambahan untuk penyimpanan. Situasi ini menunjukkan bahwa ketidakakuratan sistem informasi inventori menimbulkan inefisiensi yang berdampak langsung pada harga produk.

Penelitian Rahman (2022) juga menguatkan hasil ini, bahwa biaya penyimpanan yang tinggi dapat mengurangi fleksibilitas perusahaan dalam menetapkan harga produk sesuai dinamika pasar. Dalam kasus PT. Liquid Kencana Abadi, tingginya biaya penyimpanan membuat perusahaan terpaksa menambahkan biaya tersebut ke harga jual, yang pada gilirannya mengurangi daya saing terhadap kompetitor dengan sistem logistik yang lebih efisien. Perusahaan pesaing yang mampu mengoptimalkan rantai pasok bisa menawarkan harga lebih rendah, sehingga pelanggan cenderung

beralih. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya biaya penyimpanan bukan hanya memengaruhi internal perusahaan, tetapi juga berdampak pada posisi perusahaan dalam persaingan pasar.

Lebih lanjut, teori Putri & Santoso (2023) menegaskan bahwa biaya logistik, termasuk penyimpanan, merupakan bagian integral dari rantai pasok yang memengaruhi harga produk. Biaya penyimpanan bukan sekadar biaya tambahan, tetapi bagian dari keseluruhan proses operasional yang harus diperhitungkan secara cermat. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa apabila biaya penyimpanan tidak terkendali, maka harga produk perusahaan akan sulit bersaing di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, PT. Liquid Kencana Abadi dituntut untuk menerapkan strategi efisiensi penyimpanan, misalnya melalui penggunaan teknologi digital seperti sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP), penerapan prinsip *first-in, first-out* (FIFO), serta integrasi data persediaan secara real time. Upaya-upaya tersebut dapat menekan biaya operasional, sekaligus memungkinkan perusahaan untuk menawarkan harga produk yang lebih kompetitif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya penyimpanan memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap harga produk di PT. Liquid Kencana Abadi. Temuan ini memberikan implikasi manajerial yang penting, yaitu perlunya peningkatan efisiensi gudang dan sistem logistik agar biaya penyimpanan dapat ditekan seminimal mungkin. Jika perusahaan mampu mengelola penyimpanan dengan baik, maka harga produk dapat dijaga tetap stabil, daya saing meningkat, dan kepuasan pelanggan terjaga. Sebaliknya, apabila biaya penyimpanan tidak dikendalikan, maka harga produk akan terus meningkat, yang berpotensi menurunkan penjualan serta melemahkan posisi perusahaan di pasar.

4.6.2. Seberapa besar pengaruh Biaya Penyimpanan terhadap Harga Produk yang Di jual di PT. Liquid Kencana Abadi.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.10, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,315 atau 31,5%. Angka ini

menunjukkan bahwa variabel biaya penyimpanan memiliki kontribusi sebesar 31,5% terhadap variasi harga produk yang dijual di PT. Liquid Kencana Abadi. Dengan kata lain, sekitar sepertiga perubahan harga produk dapat dijelaskan oleh adanya biaya penyimpanan. Hal ini menegaskan bahwa biaya penyimpanan memang berperan penting, meskipun pengaruhnya belum dominan. Besarnya kontribusi ini wajar, karena harga produk tidak hanya ditentukan oleh biaya penyimpanan, melainkan juga oleh berbagai faktor lain seperti biaya produksi, distribusi, pemasaran, serta margin keuntungan yang ditargetkan perusahaan.

Menurut penelitian Santoso (2021), biaya penyimpanan merupakan salah satu komponen penting dalam perhitungan harga pokok penjualan. Biaya ini meliputi sewa gudang, tenaga kerja untuk pengelolaan inventori, biaya pengendalian persediaan, hingga potensi kerusakan atau penyusutan barang selama penyimpanan. Namun, Santoso menekankan bahwa biaya penyimpanan tidak pernah berdiri sendiri, melainkan selalu berhubungan dengan biaya operasional lainnya. Hal ini konsisten dengan temuan di PT. Liquid Kencana Abadi, dimana meskipun biaya penyimpanan berpengaruh, kontribusinya hanya menjelaskan 31,5% dari variasi harga produk. Artinya, faktor lain masih lebih dominan dalam menentukan kebijakan harga perusahaan.

Lebih lanjut, hasil penelitian oleh Widodo dan Lestari (2020) memperkuat pandangan tersebut. Mereka menemukan bahwa dalam industri distribusi dan perdagangan, biaya penyimpanan cenderung memengaruhi harga produk pada tingkat menengah, dengan persentase pengaruh berkisar antara **25%–40%**. Angka ini tidak jauh berbeda dari hasil penelitian di PT. Liquid Kencana Abadi yang berada pada **31,5%**, sehingga menunjukkan kesesuaian dengan realitas di sektor distribusi. Hal ini sekaligus mempertegas bahwa posisi biaya penyimpanan sebagai faktor penentu harga produk memang signifikan, meskipun tetap dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya seperti harga bahan baku, transportasi, dan strategi persaingan pasar.

Di sisi lain, sebesar **69,5% variasi harga produk** dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Menurut Handayani (2022), faktor-faktor tersebut mencakup biaya distribusi, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, strategi pemasaran, serta kebijakan margin keuntungan yang diharapkan perusahaan. Faktor-faktor ini seringkali lebih dominan, karena berkaitan langsung dengan efisiensi proses produksi dan strategi kompetitif perusahaan di pasar. Dalam kasus PT. Liquid Kencana Abadi, misalnya, keterlambatan distribusi atau kenaikan harga bahan baku dapat memengaruhi harga jual lebih besar dibandingkan sekadar biaya penyimpanan. Hal ini menjelaskan mengapa kontribusi biaya penyimpanan masih terbatas pada angka 31,5%.

Sejalan dengan itu, penelitian terbaru oleh Pratama (2023) menegaskan bahwa strategi harga produk di banyak perusahaan lebih dipengaruhi oleh dinamika pasar dibandingkan dengan biaya internal semata. Perusahaan tidak hanya menyesuaikan harga berdasarkan biaya produksi dan penyimpanan, tetapi juga memperhitungkan daya beli konsumen, intensitas persaingan, serta nilai tambah produk yang ditawarkan. Meskipun biaya penyimpanan menambah beban operasional, perusahaan sering kali memilih untuk menyeimbangkannya dengan strategi diskon, promosi, atau diferensiasi produk agar harga jual tetap diterima pasar. Hal ini juga terlihat pada PT. Liquid Kencana Abadi, yang kerap memberikan potongan harga pada produk dengan masa simpan pendek untuk mempercepat perputaran stok.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh biaya penyimpanan terhadap harga produk di PT. Liquid Kencana Abadi berada pada tingkat moderat, yaitu sebesar 31,5%. Angka ini menunjukkan bahwa perusahaan tetap perlu memperhatikan efisiensi penyimpanan sebagai salah satu strategi pengendalian biaya. Namun, manajemen juga harus memberi perhatian lebih pada faktor-faktor lain yang lebih dominan, seperti distribusi, bahan baku, tenaga kerja, dan strategi pemasaran. Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa teori-teori para ahli dalam lima tahun terakhir konsisten dengan realitas di lapangan, dimana biaya

penyimpanan berperan signifikan, tetapi bukan faktor utama dalam menentukan harga produk. Oleh karena itu, fokus perusahaan sebaiknya diarahkan pada peningkatan efisiensi gudang melalui digitalisasi sistem inventori, penerapan manajemen persediaan berbasis permintaan (*demand forecasting*), serta optimalisasi distribusi, agar biaya penyimpanan tidak membebani harga produk secara berlebihan.