



**PENGARUH POTONGAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *LAY OUT* (TATA
LETAK) TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI SWALAYAN DINASIA**

(Study Pada Masyarakat Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Manajemen



OLEH:

MOH. SAIFUL

NPM : 11.1.02.02.0213

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDRI

2015



Skripsi oleh:

MOH. SAIFUL

NPM: 11.1.02.02.0213

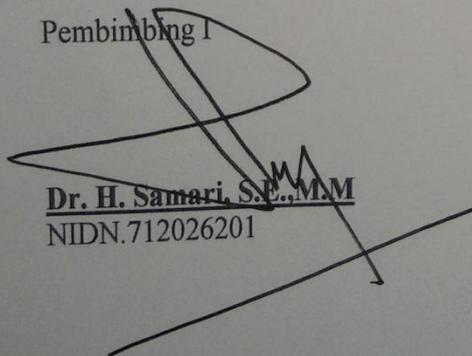
Judul:

**PENGARUH POTONGAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *LAYOUT*
(TATA LETAK) TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI SWALAYAN DINASIA
(Study Pada Masyarakat Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar)**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

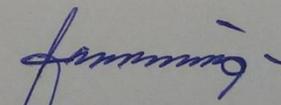
Tanggal :

Pembimbing I



Dr. H. Samari, S.E., M.M
NIDN.712026201

Pembimbing II



Faisal.S.Pd., M.M
NIDN.1910301044

Skripsi oleh :

MOH. SAIFUL

NPM: 11.1.02.02.0213

Judul :

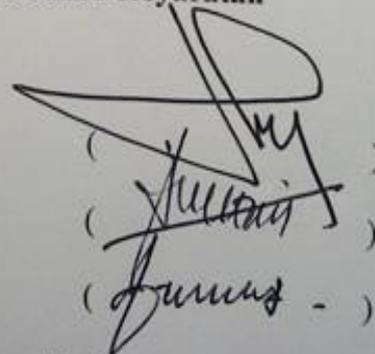
**PENGARUH POTONGAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *LAY OUT*
(TATA LETAK) TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI SWALAYAN DINASIA
(Study Pada Masyarakat Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar)**

Telah Dipertahankan di Depan Panitia Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
Pada tanggal : 7 Januari 2016

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

PanitiaPenguji :

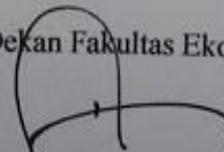
1. Ketua : Dr.Samari,M.M.
2. Penguji I : Drs.Ichsannudin,M.M.
3. Penguji II : Faisol.,S.Pd.,M.M.



()
()
()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Subagya M.M
NIDN. 0717066601

PENGARUH POTONGAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *LAY OUT* (TATA LETAK) TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI SWALAYAN DINASIA

(Study Pada Masyarakat Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar)

MOH. SAIFUL

11.1.02.02.0213

EKONOMI - MANAJEMEN

sinyo_sae@yahoo.co.id

Dr. Samari, S.E.,M.M dan Faisol,S.Pd.,M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Dampak dari semakin banyaknya swalayan berdiri adalah persaingan yang ketat antara swalayan satu dengan lainnya. Dalam kondisi ini pemasaran mempunyai peranan penting untuk menggugah dan menarik konsumen dalam konteks pemasaran. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu potongan harga, kualitas produk, *lay out*. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat ini potongan harga, kualitas produk, *lay out* merupakan tiga faktor dari berbagai faktor yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan volume penjualan. Atas dasar hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh potongan harga, kualitas produk, *lay out* (tata letak) dan terhadap volume penjualan baik secara parsial maupun simultan.

Variabel penelitian yang digunakan adalah (1) potongan harga, (2) kualitas produk, (3) *lay out*, dan (4) volume penjualan. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian adalah semua konsumen yang pernah membeli produk di Swalayan Dinasia Blitar. Sedangkan sampel dalam penelitian adalah 50 responden. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif, menggunakan analisis linear berganda. Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilakukan dengan memberikan keterangan dan penjelasan.

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa potongan harga secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan, kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan, *lay out*, secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan dan potongan harga, pelayanan, produk dan tempat secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan

Sedangkan dari peneliti menyarankan bagi pihak manajemen Swalayan Dinasia Blitar untuk memberikan potongan harga yang sesuai, meningkatkan kualitas produk serta menata produk dengan baik sehingga konsumen nyaman berbelanja.

Kata Kunci : Potongan Harga, Kualitas Produk, *Lay Out* (Tata Letak) dan Volume Penjualan

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Setiap manusia selalu berusaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menyebabkan penawaran memenuhi keinginan dan kebutuhan barang semakin kompleks baik dari segi hidup dengan sebaik-baiknya. Usaha macam maupun jumlahnya. Keadaan

tersebut berdampak positif bagi dunia eceran yang ada di Indonesia mulai dari pertokoan, mini market sampai swalayan.

Berdasarkan pada pengamatan swalayan ini dikemas lebih praktis dibanding dengan supermarket karena swalayan mampu menyediakan kebutuhan pasar dengan konsep yang dapat dinikmati masyarakat dengan berbagai kalangan. Dampak dari semakin banyaknya swalayan berdiri adalah persaingan yang ketat antara swalayan satu dengan lainnya. Dalam konteks pemasaran, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu potongan harga, kualitas, *lay out* (tata letak) dan volume penjualan.

Dalam perencanaan strategi yang terpenting adalah target pasar yang sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Mulyadi (2000:239), Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual. Dalam melanjutkan eksistensi perusahaannya serta keberlangsungan

hidup usahanya, maka perusahaan harus dapat meningkatkan penjualannya untuk meraih laba sebesar-besarnya. Hal ini bisa terwujud dengan strategi pemasaran serta pemakaian kebijakan yang dapat mendorong konsumen melakukan tindakan pembelian. Kebijakan yang dapat dilakukan adalah menerapkan potongan harga, meningkatkan kualitas produk, dan memperhatikan *lay out* (tata letak). Harga, kualitas produk dan *lay out* (tata letak) merupakan faktor yang harus dikontrol secara berkesinambungan demi meningkatnya volume penjualan.

Sutisna (2001:303), pengertian potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Biasanya potongan harga ini anda wujudkan dalam bentuk tunai dan dimaksudkan untuk menarik konsumen.

Kotler (2007:67) Kualitas produk adalah keseluruhan ciri-ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan

kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dengan menjual produk yang mengacu pada fungsinya yakni mencakup keseluruhan dari produk berupa ketahanan, kehandalan, ketepatan, kemudahan dalam pengoperasian, dan kemudahan dalam perbaikan serta atribut-atribut nilai lainnya, maka diharapkan volume penjualan meningkat sehingga memenangkan persaingan di pasar.

Berman dan Evans (2004) *store lay out* merupakan rencana untuk menentukan lokasi tertentu dan pengatur dari jalan atau gang di dalam toko yang cukup lebar dan memudahkan orang untuk berlalu-lalang, serta fasilitas toko seperti kelengkapan ruang ganti yang baik dan nyaman. Dengan tatanan *lay out* yang baik, kerapian penataan produk di toko dan kemudahan konsumen memilih produk yang diinginkan, maka diharapkan konsumen akan melakukan pembelian sehingga meningkatkan penjualan.

Swalayan Dinasia adalah salah satu swalayan yang memiliki daya tarik tersendiri untuk dikunjungi konsumen, berlokasi di Jalan Soekarno hatta 75 Wonodadi Kabupaten Blitar, dimana manajer harus bisa meningkatkan kualitas pemasarannya agar bisa lebih menarik dan mempertahankan pelanggannya. Dengan adanya swalayan ini maka para konsumen dapat lebih mudah memenuhi kebutuhan. Dilihat dari lokasinya swalayan ini termasuk swalayan yang akan banyak dikunjungi karena tempatnya strategis. Para pengunjung dan para pembeli bukan hanya dari daerah Wonodadi tapi juga dari Kecamatan, lain yang jumlah pengunjungnya dewasa ini, kurang lebih 42.031 jiwa. Jumlah sebesar ini adalah pembeli potensial bagi Swalayan Dinasia.

B. Identifikasi Masalah

1. Dampak dari semakin banyaknya swalayan berdiri adalah persaingan yang ketat antara swalayan satu dengan lainnya

2. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat ini, pemasaran mempunyai peranan penting untuk menggugah dan menarik konsumen
3. Dalam perencanaan strategi yang terpenting adalah target pasar yang sangat berpengaruh terhadap volume penjualan
4. Volume penjualan dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain : potongan harga, kualitas produk dan *lay out* (tata letak).

C. Batasan Masalah

1. Faktor yang diteliti adalah volume penjualan.
2. Faktor yang mempengaruhi volume penjualan terdiri atas : potongan harga, kualitas produk dan *lay out* (tata letak).
3. Konsumen yang diteliti hanya pada konsumen di Swalayan Dinastia Kabupaten Blitar 2015.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan di

Swalayan Dinastia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar?

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan di Swalayan Dinastia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar?
3. Bagaimana pengaruh *lay out* (tata letak) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di Swalayan Dinastia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar ?
4. Bagaimana potongan harga, kualitas produk dan *lay out* (tata letak) secara simultan terhadap volume penjualan di Swalayan Dinastia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui volume penjualan di Swalayan Dinastia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.
2. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap volume penjualan di Swalayan Dinastia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

3. Untuk mengetahui *lay out* (tata letak) terhadap volume penjualan di Swalayan Dinasia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

4. Untuk mengetahui potongan harga, kualitas produk dan *lay out* (tata letak) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di Swalayan Dinasia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan khasanah ilmu pengetahuan tentang penerapan teori manajemen pemasaran, khususnya mengenai volume penjualan, potongan harga, kualitas produk dan *lay out* (tata letak).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen (Masyarakat)

Untuk memberikan sumbangan pikiran dan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan masyarakat

(konsumen) mengenai volume penjualan, potongan harga, kualitas produk dan *lay out* (tata letak).

b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu masukan guna meningkatkan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai dunia pemasaran.

c. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui pengaruh potongan harga, kualitas produk dan *lay out* (tata letak) baik secara parsial maupun simultan terhadap volume penjualan di Swalayan Dinasia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

II. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Hakikat Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Kotler (2007:6) Pemasaran secara mudahnya adalah “kegiatan memasarkan barang atau jasa umumnya kepada masyarakat, dan khususnya kepada pembeli potensial”.

2. Manajemen Pemasaran

Kotler (2007:7) pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

B. Volume Penjualan

1. Pengertian Volume Penjualan

Swastha (2008 : 8), penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

2. Jenis dan Bentuk Penjualan

Abdullah (2009:90), terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat, diantaranya adalah:

- a. *Trade Selling*, penjualan yang dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka.

- b. *Missionary Selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

- c. *Technical Selling*, berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

C. Potongan Harga

1. Pengertian Potongan Harga

Machfoedz (2006:141), potongan harga menjelaskan potongan harga yang menarik, sehingga harga sesungguhnya lebih rendah dari harga umum. *Discount* yang diberikan harus mempunyai arti yang penting bagi konsumen, kalau tidak, tidak ada artinya. Sedangkan Sutisna, (2001:109), pengertian potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu.

2. Faktor yang Menyebabkan Potongan Harga

Ada beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan memberikan potongan harga kepada produk yang dijualnya. Alma, (2000:132) ada beberapa hal yang menyebabkan dilakukan pemberian potongan harga kepada konsumen, yaitu:

- a. Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan.
- b. Pembelian dalam jumlah besar.
- c. Adanya perbedaan timbangan.

D. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong (2004:347) Kualitas produk “*The Ability of a product to perform its functions*” yang berarti kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.

2. Klasifikasi Produk

Kotler (2004:5), pemasaran secara tradisional mengklasifikasikan produk berdasarkan ciri-cirinya yaitu:

- a. Klasifikasi produk daya tahan dan wujud
 - 1) Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang-barang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan.
 - 2) Barang tahan lama (*durable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya tetap bertahan walaupun sudah digunakan berkali-kali.
 - 3) Jasa (*service*) adalah produk yang tidak berwujud, tidak terpisahkan, dan mudah habis.

E. Layout (Tata Letak)

1. Pengertian Layout (Tata Letak)

Gilbert dalam Foster (2008:61) mendefinisikan *layout* (tata letak) merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. *Layout* (tata letak) dapat digambarkan sebagai

perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian.

2. Elemen *Layout* (Tata Letak)

Berman and Evan (2007:63) mengemukakan *Store Atmosphere* (suasana toko) terdiri dari empat elemen sebagai berikut:

- a. *Exterior*,
- b. *General Interior*,
- c. *Store Layout* (penataan toko),
- d. *Interior (Point of Purchase) Display*

F. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Nafilah Perendi Sata (2012) dengan judul: Analisis Pengaruh Potongan Harga, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan Produk Rokok Djarum Super Jember
Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel dependen yaitu volume penjualan dan variabel independen yaitu

potongan harga, biaya promosi dan biaya distribusi.

2. Penelitian Ardhita Fajar Subekti Putra (2010) dengan judul: Pengaruh Kualitas Produk Bulog terhadap Volume Penjualan Beras Perum Bulog Divisi Regional Yogyakarta

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel dependen yaitu Volume Penjualan dan variabel independen kualitas produk.

3. Penelitian Fransisca Andreani (2013) dengan judul : Pengaruh *Store Layout, Interior Display, Human Variable* terhadap Volume Penjualan pada Restoran Dewandaru Surabaya.

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel dependen yaitu volume penjualan dan variabel independen yaitu *store layout, interior display, human variable*.

G. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Produk dan *Layout* terhadap Volume Penjualan

Menurut Machfoedz (2006:14), potongan harga yang menarik, sehingga harga sesungguhnya lebih rendah dari harga umum. Discount yang diberikan harus mempunyai arti yang penting bagi konsumen, kalau tidak, tidak ada artinya. Kotler (2007:67) adalah keseluruhan ciri-ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Gilbert dalam Foster (2008:61), mendefinisikan *layout* (tata letak) merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan.

2. Pengaruh Potongan Harga terhadap Volume Penjualan

Menurut Machfoedz (2006:14), potongan harga yang menarik, sehingga harga sesungguhnya lebih rendah dari harga umum. Discount yang diberikan harus mempunyai arti yang penting bagi konsumen, kalau tidak, tidak ada artinya.

Perusahaan harus mengukur biaya pemberian tiap diskon atau potongan dibandingkan dampaknya pada penjualan.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan

Menurut Kotler (2007:67), Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri-ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli dan digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan yang bersangkutan.

4. Pengaruh *Layout* terhadap Volume Penjualan

Gilbert dalam Foster (2008:61) mendefinisikan *layout* (tata letak) merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. *Layout* (tata letak) dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat

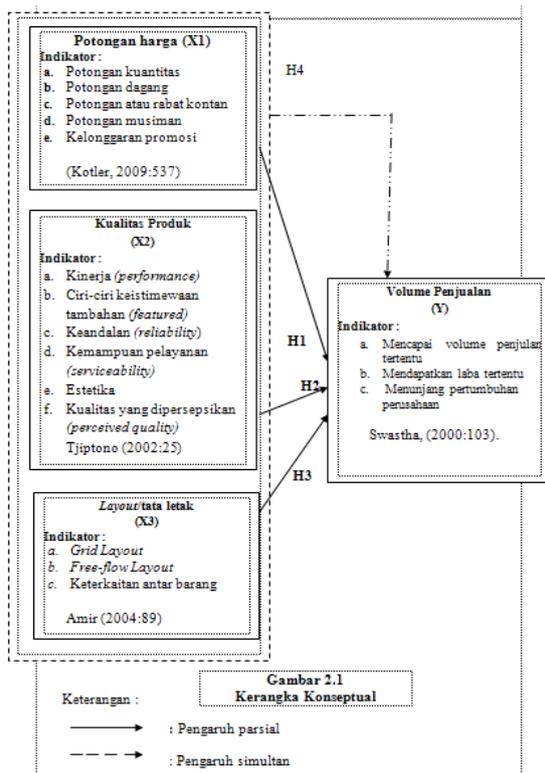
menyebabkan konsumen melakukan

Kasus Swalayan Dinasia Kecamatan

Wonodadi Kabupaten Blitar)

H₃ : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara *layout* terhadap volume penjualan. (Study Kasus Swalayan Dinasia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar)

H₄ : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara potongan harga, kualitas produk dan *layout* secara simultan terhadap volume penjualan. (Study Kasus Swalayan Dinasia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar)



H. Hipotesis

Bedasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian. Landasan teori dan kerangka konsep penelitian maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara potongan harga terhadap volume penjualan. (Study Kasus Swalayan Dinasia Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar)

H₂ : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap volume penjualan. (Study

III. Metode Penelitian

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian menurut Sugiyono (2010:58) adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

1. Variabel Dependen
2. Variabel Independen

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Menurut Ahmad Tanzeh (2009:20) Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.

2. Teknik Penelitian

Menurut Sofyan Effendi (1995: 5), “Penelitian *eksplanatory* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang dirumuskan sebelumnya”. Dalam penelitian ini variabel independen yakni potongan harga (X1), kualitas produk (X2), *layout/* tata letak (X3) dan variabel dependen yakni volume penjualan (Y). Hubungan atau pengaruh variabel-variabel tersebut akan dianalisa dengan menggunakan uji statistik regresi linier berganda. Berdasarkan metode penelitiannya dalam penelitian ini menggunakan metode *survey*.

Menurut Sugiyono (2004: 7) penelitian *survey* adalah:

Penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

C. Tempat dan Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di Swalayan Dinasia Jalan Soekarno Hatta 75 Wonodadi Kabupaten Blitar. Alasan peneliti melakukan penelitian di Swalayan Dinasia adalah Berdasarkan pada fenomena –fenomena terjadi di temukan bahwa banyak konsumen yang datang ke tempat swalayan Dinasia tersebut sehingga ramai pengunjung yang sebageian besar sudah menjadi pelangganserta tempat penelitian cenderung dekat dengan tempat tinggal peneliti sehingga intensitas penelitian akan jauh lebih baik dan lengkap.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan terhitung mulai bulan Juli – September tahun 2015. Waktu 3 bulan tersebut digunakan untuk berbagai kegiatan

penelitian seperti: Survei lapangan, pengajuan judul, bimbingan penyusunan skripsi, persiapan pembuatan instrument penelitian, pengumpulan data, analisis data, penyusunan laporan akhir dan kesimpulan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2002: 72) populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner (Ghozali, 2006:45).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebagai alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika

jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41) uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk baik digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner, yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dengan proses memberikan pertanyaan serta jawaban secara tertulis kepada responden yang berkaitan dengan topik yang dibahas oleh peneliti.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, baik variabel dependen maupun variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah model regresi

ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik antar variabel independen adalah tidak terjadi kolerasi.

c. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pada periode t dengan periode $t-1$.

d. Uji Heteroskedastisitas

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

e. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (citra merek, kualitas produk dan media periklanan) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi dalam menerangkan variasi variabel

dependen dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2).

2. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau terpisah.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2006:88).

IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Swalayan Dinasia mulai beroperasi pada tanggal 29 Januari 2000 yang berlokasi di Jalan Soekarno hatta 75 Wonodadi kabupaten Blitar, merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak di bidang ritel. Swalayan Dinasia menjual barang dengan jenis *fast moving consumer goods* (FMCG), yang di dalamnya ada produk makanan, minuman,

toiletries, dan kebutuhan sehari-hari

lainnya.

B. Uji Instrumen

1. Pengujian Validitas

No	Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Potongan harga	X1.1	0,782	0,279	Valid
		X1.2	0,894	0,279	Valid
		X1.3	0,732	0,279	Valid
		X1.4	0,462	0,279	Valid
		X1.5	0,592	0,279	Valid
		X1.6	0,815	0,279	Valid
		X1.7	0,649	0,279	Valid
		X1.8	0,743	0,279	Valid
		X1.9	0,727	0,279	Valid
		X1.10	0,460	0,279	Valid
2	Kualitas produk	X2.1	0,714	0,279	Valid
		X2.2	0,871	0,279	Valid
		X2.3	0,778	0,279	Valid
		X2.4	0,750	0,279	Valid
		X2.5	0,790	0,279	Valid
		X2.6	0,769	0,279	Valid
		X2.7	0,809	0,279	Valid
		X2.8	0,769	0,279	Valid
		X2.9	0,778	0,279	Valid
		X2.10	0,750	0,279	Valid
		X2.11	0,790	0,279	Valid
		X2.12	0,769	0,279	Valid
3	Lay out	X3.1	0,716	0,279	Valid
		X3.2	0,884	0,279	Valid
		X3.3	0,834	0,279	Valid
		X3.4	0,473	0,279	Valid
		X3.5	0,716	0,279	Valid
		X3.6	0,884	0,279	Valid
4	Volume penjualan	Y.1	0,838	0,279	Valid
		Y.2	0,828	0,279	Valid
		Y.3	0,807	0,279	Valid
		Y.4	0,838	0,279	Valid
		Y.5	0,806	0,279	Valid
		Y.6	0,788	0,279	Valid

Sumber: Lampiran 4 Hasil Olah SPSS.

Sedangkan nilai koefisien korelasi yang dihasilkan masing-masing indikator lebih besar dari r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.3
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Potongan harga	0,878	Reliabel
Kualitas produk	0,940	Reliabel
Lay out	0,841	Reliabel
Volume penjualan	0,899	Reliabel

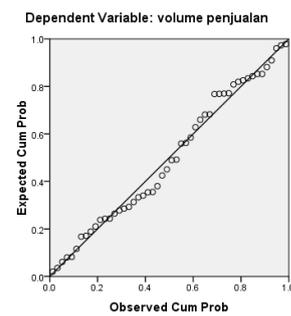
Sumber : Lampiran 4

C. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1
Uji Normalitas

3. Uji Multikolinearitas

a. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
potongan harga	.748	1.337
kualitas produk	.660	1.516
Layout	.855	1.169

Sumber :data primer yang diolah 2015

4.Uji Auto korelasi

Tabel Auto-Korelasi

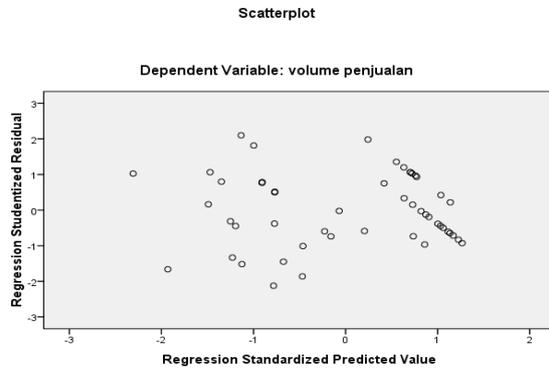
Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	1.999

Sumber :data primer yang diolah 2015

Nilai durbin watson (dw) yang dihasilkan adalah 1,999; nilai du (3,50) =1,67 sehingga 4-du=4-1,67=2,33 Dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw)

terletak antara du s/d $4-u$ sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

5. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

D. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.13
Ringkasan Hasil Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-2.641	1.967
potongan harga	.155	.043
kualitas produk	.279	.041
Layout	.322	.076

Sumber : SPSS for Windows V. 16.0

Berdasarkan hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = -2,641 + 0,155 X_1 + 0,279 X_2 + 0,322 X_3$$

Y= Volume penjualan

X₁= Potongan harga

X₂= Kualitas produk

X₃= Lay out

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh potongan harga, kualitas produk dan lay out terhadap volume penjualan Swalayan Dinasia. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Potongan harga secara parsial ternyata berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini berarti, jika potongan harga meningkat maka akan terjadi peningkatan pada volume penjualan Swalayan Dinasia.
2. Kualitas produk secara parsial ternyata berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini berarti, jika kualitas produk meningkat maka akan terjadi peningkatan pada volume penjualan Swalayan Dinasia.

3. *Lay out* secara parsial ternyata berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini berarti, jika *lay out* meningkat maka akan terjadi peningkatan pada volume penjualan Swalayan Dinasia.
4. Potongan harga, kualitas produk dan *lay out* ternyata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini berarti bahwa jika potongan harga, kualitas produk dan *lay out* meningkat maka akan meningkatkan volume penjualan Swalayan Dinasia.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Swalayan Dinasia

Sebaiknya perusahaan berusaha memberikan potongan harga kepada pelanggan, menjual produk yang berkualitas dan menata produknya dengan rapi sehingga mudah untuk berbelanja hingga pelanggan menjadi pelanggan

loyal dan meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Telahterbuktibahwabesarnya pengaruh potongan harga, kualitas produk dan *lay out* terhadap volume penjualan adalah sebesar 78,3%. Berarti masih ada pengaruh variabel lain sebesar 21,7% yang mempengaruhi volume penjualanakan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini, sehinggapenelitianmenyarankan untuk peneliti selanjutnyamenelitifaktor lain seperti promosi atau sebaiknya menambahvariabel lain yang dapatmempengaruhivolume penjualanseperti lokasi dan pelayanan agar dapatsebagai perbandingan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Amrin. 2009. *Bisnis Ekonomi Asuransi dan Keuangan*. Jakarta : Salemba Empa.
- Andreani.Fransisca. 2010. Pengaruh *Store Layout, Interior Display, Human Variable* terhadap Volume Penjualan

- pada Restoran Dewandaru Surabaya
Jurnal UNIV PETRA. Surabaya
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Berman, Barry and Joel R. Evans 2007. *Retail Management : A Strategic Approach*. 10th Edition. Prentice Hall Inc., New Jersey.
- Berman, Barry and Joel R. Evans. 2004. *Retail Management*. Fifth Edition. Macmillian Publishing Company, USA.
- Effendi, Sofyan, 1995, *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*: Bandung. Alfabeta, Bandung
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bambang Sarwiji. Edisi ke-9. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gery. 2004. *Principle of Marketing, Eleven Edition*. New Jersey: Prentice-International.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid I*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Kelima*. Jakarta: Penerbit Intermedia.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Moekijat. 2010. *Kamus Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Mulyadi. 2000. *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Putra, Ardhita Fajar Subekti. 2010. Pengaruh Kualitas Produk Bulog terhadap Volume Penjualan Beras Perum Bulog Divisi Regional Yogyakarta. *Jurnal UNY*. Yogyakarta
- Saladin, Djasim. 2003. *Intisaridan Unsur-unsur Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sani Supriyanto, Achmad dan Machfudz, Masyhuri. 2010. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Malang : UIN Maliki
- Sata, Nafilah Perendi. 2012 Analisis Pengaruh Potongan Harga , Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan Produk Rokok Djarum Super Jember. *Jurnal UNEJ*. Jember
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.



Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Swastha, Basu. 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : UGM Yogyakarta.

Tanzeh, Ahmad. 2009. Pengantar Metodologi Penelitian. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2002. Pemasaran Jasa. Jakarta: Bayumedia.