

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Objek yang diteliti pada penelitian ini ialah *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Responden yang dipilih dalam penelitian ini yaitu warga SMK Negeri 1 Pati dan beberapa masyarakat yang dekat dengan lingkungan SMK Negeri 1 Pati. Gambaran umum objek penelitian ini terdiri dari profil *Business Center* SMK Negeri 1 Pati

a. Profil *Business Center* SMK Negeri 1 Pati

SMK Negeri 1 Pati. Sekolah mendirikan salah satu usaha yang termasuk ke dalam jenis usaha ritel yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Dulu pada tahun 1986 awal berdirinya usaha tersebut hanya toko kecil dengan nama toko Taruna Niaga. Lalu pada tahun 2009 beralih menjadi *Business Center* karena pada tahun 2009 beberapa SMK ada yang mendapat bantuan dari pemerintah untuk mendirikan usaha *Business Center*. Usaha tersebut ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pokok warga sekolah maupun masyarakat. Kegiatan *Business Center* ini berorientasi memberikan kesempatan kepada seluruh warga sekolah terutama siswa dan guru melalui kegiatan pengelolaan *Business Center* (BC).¹

Pusat bisnis SMK Negeri 1 ini berfungsi sebagai tempat praktik yang efektif untuk pembekalan jiwa wirausaha mandiri sehingga keberadaannya sangat penting baik untuk memberikan pengalaman kepada siswa. Kegiatan pembelian atau pengadaan barang dagangan dilakukan bersama-sama antara guru dan siswa sesuai dengan jadwal dan petugas yang dilakukan dan ditangani oleh siswa jurusan pemasaran yang sekarang berganti nama jurusan menjadi BDP (*Business Daring Pemasaran*) dan dipandu oleh guru piket *Business Center* (BC). Kegiatan siswa dimulai dari menyetok persediaan, melayani pelanggan, hingga melaporkan hasil penjualan pada hari itu. Untuk jadwal piketnya diatur oleh ketua program keahlian pemasaran.

¹ “Wawancara Dengan Ibu Kartini Pimpinan Bussiness Center.” 2 November 2022

Kegiatan pembelian atau pengadaan barang dagangan dilakukan bersama-sama antara guru dan siswa sesuai dengan jadwal.²

Agar keberadaan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati lebih dikenal masyarakat, maka dilakukan promosi dengan beragam bentuk seperti menyebarkan pamphlet dan brosur-brosur kepada masyarakat sekitar. Dan pada bulan-bulan tertentu menyebarkan brosur khusus untuk barang yang hampir kedaluarsa. Bentuk pengembangan lain yang dilakukan adalah dengan melaksanakan kegiatan *door to door*, dengan pelaku utama siswa sebagai ujung tombak tenaga penjualan. *Door to door* dilaksanakan oleh seluruh siswa dari berbagai program keahlian, baik kelas X dan XI karena tujuannya adalah membentuk jiwa entrepreneurship dan mengembangkan usaha *Business Center*. Pembelian belanja dengan jumlah yang banyak akan mendapat diskon dan untuk para guru setiap bulannya mendapat voucher belanja sebagai pelanggan tetap.³

b. Mitra Usaha *Business Center* (BC) SMK Negeri 1 Pati

Tim pengelola *Business Center* (BC) SMK Negeri 1 Pati berusaha mencari supplier atau pemasok untuk mencari barang dagangan dengan harga relative murah. Dengan harga beli yang murah tim pengelola dapat menetapkan harga pokok yang murah pula serta memiliki harga jual yang mampu bersaing dengan produk-produk sejenis.

Mitra kerja yang terjalin dengan *Business Center* (BC) SMK Negeri 1 Pati antara lain :

- 1) Luwes Pati
- 2) PT. Sinar Niaga (Garuda Food)Jl. Pati Juwana Rt2/4
- 3) UD. Kita Barupasar Kliwon Kudus
- 4) CV. Wahyu Jaya (Aqua)
- 5) PT. Indofood
- 6) PT. Sinar Sosro
- 7) Bhara Kharisma Jl. Singopadu Wedarijaksa

2. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden merupakan semua yang berkaitan dengan kondisi responden. Pada penelitian ini yaitu warga SMK Negeri 1 Pati dan masyarakat lingkungan sekitar SMK Negeri 1 Pati yang biasa melakukan pembelian produk di

² “Wawancara Dengan Ibu Kartini Pimpinan Bussiness Center.” 2 November 2022.

³ “Wawancara Dengan Ibu Kartini Pimpinan Bussiness Center.” 2 November 2022.

Business Center SMK Negeri 1 Pati. Dari hasil survey melalui kuesioner terhadap 100 responden, diperoleh identitas responden yang menggambarkan karakteristik dari setiap responden. Dalam hal ini terdapat empat karakter responden yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, lama penggunaan produk.

a. Usia

Data tentang usia responden yang pernah melakukan pembelian di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.1 Deskripsi Respden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	< 15 tahun	3	3 %
2.	15 - 25 tahun	72	72 %
3.	26 - 45 tahun	7	7 %
4.	> 45 tahun	18	18 %
	Jumlah	100	100 %

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, diketahui bahwa dari 100 responden warga SMK Negeri 1 Pati yaitu usia kurang dari 15 tahun terdapat 3 responden (20%), pada usia 15 - 25 tahun terdapat 72 responden (72%), pada usia 26 - 45 tahun 7 responden (7%). Usia lebih dari 45 tahun 18 responden (18%). Maka dapat disimpulkan bahwa usia 15 – 25 tahun merupakan responden terbesar dengan presentase sebesar 72%.

b. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden yang pernah melakukan pembelian produk di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Deskripsi Respden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki – laki	15	15 %
2.	Perempuan	85	85 %
	Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, diketahui bahwa dari 100 responden warga SMK Negeri 1 Pati yang pernah melakukan pembelian di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mayoritas adalah perempuan dengan jumlah 85 orang (85%) dan laki-laki sebesar 15 orang (15%).

c. Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden yang pernah melakukan pembelian di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Siswa	70	70 %
2.	Mahasiswa	0	0 %
3.	PNS	20	20 %
4.	Karyawan	7	7 %
5.	Lainnya	3	3 %
	Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel data 4.3 tersebut dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang berbelanja di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mayoritas adalah siswa yang berjumlah 70 orang (70%), PNS dengan jumlah 20 orang (20%), Karyawan 7 orang (7%), dan lainnya dengan jumlah 3 orang (3%).

d. Lama Berlangganan

Data mengenai lama berlangganan di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Lama Berlangganan	Frekuensi	Presentase
1.	<1 tahun	2	2%
2.	1-4 tahun	70	70%
3.	>4 tahun	28	28%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa dari 100 responden warga SMK Negeri 1 Pati yang berlangganan di *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati kurang dari 1 tahun ada 2 orang (20%), 1-4 tahun 70 orang (70%), lebih dari 4 tahun 28 orang (28%). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang sudah berlangganan di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati yaitu dengan jangka 1-4 tahun.

3. Analisis Data

a. Deskripsi Hasil Variabel Produk (X1)

Analisis data tentang hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel produk dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada *Bussiness Center* SMK Negeri 1

Pati. Adapun deskripsi data variabel produk terdapat pada tabel 4.5

Tabel 4.5 Deskripsi Statistik Variabel Produk

Item	ST S	T S	N	S	S S	N	Sko r	Mea n	TCR (%)	Kategori
X1.1	0	2	1 0	4 8	4 0	10 0	426	4,26	85,2	Sangat Baik
X1.2	0	0	7	4 8	4 5	10 0	438	4,38	87,6	Sangat Baik
X1.3	0	14	2 5	3 4	2 7	10 0	374	3,74	74,8	Baik
X1.4	0	0	1 4	4 8	3 8	10 0	424	4,24	84,8	Baik
X1.5	0	1	6 7	3 7	5 6	10 0	448	4,48	89,6	Sangat Baik
X1.6	0	14	4 9	2 0	1 7	10 0	340	3,4	68	Baik
X1.7	4	23	4 7	2 4	2	10 0	297	2,97	59,4	Cukup
X1.8	4	18	5 2	2 2	4	10 0	304	3,04	60,8	Cukup
X1.9	13	46	3 8	3	0	10 0	231	2,31	46,2	Kurang Baik
X1.1 0	2	18	5 3	2 4	3	10 0	308	3,08	61,6	Cukup
X1.1 1	0	0	2 5	4 5	3 0	10 0	405	4,05	81	Baik
X1.1 2	0	0	2 1	4 8	3 1	10 0	410	4,1	82	Baik
X1.1 3	0	0	6	6 5	2 9	10 0	423	4,23	84,6	Baik
X1.1 4	0	0	1 8	5 5	2 7	10 0	409	4,09	81,8	Baik
X1.1 5	2	13	5 3	2 5	7	10 0	322	3,22	64,4	Cukup
X1.1 6	0	1	1 8	5 8	2 3	10 0	403	4,03	80,6	Baik
X1.1 7	3	34	4 2	1 6	5	10 0	286	2,86	57,2	Cukup
X1.1 8	1	5	4 3	4 4	7	10 0	351	3,51	70,2	Baik

Item	ST S	T S	N	S	S S	N	Sko r	Mea n	TCR (%)	Kategori
X1.1 9	0	1	2 6	5 2	2 1	10 0	393	3,93	78,6	Baik
X1.2 0	0	0	2 5	4 9	2 6	10 0	401	4,01	80,2	Baik
X1.2 1	0	0	2 3	6 5	1 2	10 0	389	3,89	77,8	Baik
X1.2 2	0	19	5 1	2 4	6	10 0	317	3,17	63,4	Cukup
X1.2 3	0	7	3 7	5 1	5	10 0	354	3,54	70,8	Baik
X1.2 4	1	5	4 7	4 2	6	10 0	350	3,5	70	Baik
X1.2 5	0	2	3 1	4 8	1 9	10 0	384	3,84	76,8	Baik

Pada tabel 4.5 di atas, didapatkan dari 100 responden yang menjawab mengenai variabel produk (X1) sebagai berikut:

- 1) Item pernyataan X1.1 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk makanan dan sembako, responden dengan jawaban netral 10 orang, setuju 48 orang, dan sangat setuju 40 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responde setuju bahwa di *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati juga menjual berbagai produk makanan dan sembako. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.1 adalah 85,2 % termasuk dalam ketegori sangat baik.
- 2) Item pernyataan X1.2 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual perlengkapan alat tulis, responden dengan jawaban netral 7 orang, setuju 48 orang, dan sangat setuju 45 orang. Dapat disimpulkan mayoiritas reponden setuju bahwa di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menyediakan perlengkapan alat tulis. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.2 adalah 87,6% termasuk dalam ketegori sangat baik.
- 3) Item pernyataan X1.3 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk alat rumah tangga, respon dengan jawaban tidak setuju 14 orang, netral 25 orang, setuju 34 orang, dan sangat setuju 27 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa di *Business Center*

SMK Negeri 1 Pati juga terdapat produk alat rumah tangga. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.2 adalah 74,8% termasuk dalam kategori baik.

- 4) Item pernyataan X1.4 yakni produk yang dijual di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sesuai syarat kesehatan dan keamanan, responden menjawab netral 14 orang, setuju 48 orang, dan sangat setuju 38 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa produk yang dijual di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sesuai syarat kesehatan dan keamanan. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.4 adalah 84,8% termasuk dalam kategori baik.
- 5) Item pernyataan X1.5 yakni produk yang dijual di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sesuai standart halal, responden menjawab tidak setuju 1 orang, netral 6 orang, setuju 37 orang, dan sangat setuju 56 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden sangat setuju bahwa produk yang dijual di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sesuai standart halal. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.5 adalah 89,6% termasuk dalam kategori sangat baik.
- 6) Item pertanyaan X1.6 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk yang diproduksi sendiri, responden menjawab tidak setuju 14 orang, netral 49 orang, setuju 20 orang, dan sangat setuju 17 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden menjawab netral mengenai *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk yang diproduksi sendiri. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.6 adalah 68% termasuk dalam kategori baik.
- 7) Item pertanyaan X1.7 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk dengan merk sendiri, respon menjawab sangat tidak setuju 4 orang, tidak setuju 23 orang, netral 47 orang, setuju 24 orang, dan sangat setuju 2 orang. Dapat disimpulkan bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak selalu menjual barang merk sendiri dan tidak pula selalu menjual barang tanpa merk sendiri. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.7 adalah 58,5 % termasuk dalam kategori cukup.
- 8) Item pertanyaan X1.8 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki produk sendiri dan lebih banyak diminati

konsumen, responden menjawab sangat tidak setuju 4 orang, tidak setuju 18 orang, netral 52 orang, setuju 22 orang, dan sangat setuju 4 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa *Business Center SMK Negeri 1 Pati* tidak selalu menjual produk merk sendiri dan diminati konsumen, tetapi tidak pula selalu menjual produk tanpa merk sendiri dan diminati konsumen. Tingkat capaian responden pada pertanyaan X1.8 sebesar 60,8% sehingga dapat dikategorikan cukup.

- 9) Item pertanyaan X1.9 yakni Produk alat tulis yang dijual *Business Center SMK Negeri 1 Pati* cepat rusak, responden menjawab sangat tidak setuju 13 orang, tidak setuju 46 orang, netral 38 orang, dan setuju 3 orang, maka dapat diambil kesimpulan mayoritas responden respon tidak setuju bahwa produk alat tulis yang dijual *Business Center SMK Negeri 1 Pati* cepat rusak. Untuk tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.7 adalah 46,2 % termasuk dalam ketegori kurang baik.
- 10) Item pertanyaan X1.10 yakni Produk makanan olahan yang dijual *Business Center SMK Negeri 1 Pati* dapat bertahan hingga 2 hari, responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang , tidak setuju 18 orang, netral 53 orang, setuju 24 orang, sangat setuju 3 orang, dan tingkat capaian responden dalam menjawab tergolong kategori cukup yakni sebesar 61,6%. Dari mayoritas jawaban yang didapatkan bahwa Produk makanan olahan yang dijual *Business Center SMK Negeri 1 Pati* tidak selalu bertahan 2 hari namun ada juga yang dapat bertahan 2 hari.
- 11) Item pernyataan X1.11 yakni *Business Center SMK Negeri 1 Pati* menjual beberapa jenis produk dengan berbagai variasi ukuran, warna kalitas dan harga. Didapatkan hasil yang menjawab netral 25 orang, setuju 45 orang, dan sangat setuju 30 orang. Dari mayoritas responden menjawab setuju, sehingga dapat disimpulkan *Business Center SMK Negeri 1 Pati* menjual berbagai jenis produk, variasi produk, ukuran produk, warna kalitas dan harga produk. Pada item X1.11 tingkat capaian reponden dalam menjawab pertanyaan tergolong kategori baik dengan presentase 81%.
- 12) Item pernyataan X1.12 yakni *Business Center SMK Negeri 1 Pati* menjual beberapa jenis produk dengan berbagai warna dan kualitas. Mendapatkan data netral 21

orang, setuju 48, dan sangat setuju 31. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas setuju di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual berbagai jenis produk yang dengan berbagai warna dan kualitas. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.12 sebesar 82% dengan kategori baik.

- 13) Item pernyataan X1.13 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual beberapa jenis produk dengan berbagai harga, responden yang menjawab netral 6 orang, setuju 65, dan sangat setuju 29. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki berbagai jenis produk yang dapat dijual dengan harga-harga yang bervariasi. Tingkat capaian responden pada pertanyaan X1.13 sebesar 84,6 % sehingga dapat dikategorikan baik.
- 14) Item pernyataan X1.14 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati selalu menjaga kualitas kesehatan dan keamanan produk makanan yang dijual. Mendapat hasil jawaban netral 18 orang, setuju 55 orang, sangat setuju 27, dan tingkat capaian respon dalam menjawab dengan sebesar 81,8% tergolong kategori baik. Pada item X1.14 dapat disimpulkan bahwa produk yang di jual *Business Center* SMK Negeri 1 Pati selalu dijaga kualitas kesehatan dan keamanan produk makanan. Tingkat capaian responden pada pertanyaan X1.14 sebesar 81,8% sehingga dapat dikategorikan baik.
- 15) Item pernyataan X1.15 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati selalu konsisten menjual produk alat rumah tangga, responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 13 orang, netral 53 orang, setuju 25 orang, dan sangat setuju 7 orang. Dapat disimpulkan bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak selalu menjual produk rumah tangga tetapi juga bukan konsisten menjual produk alat rumah tangga yaitu tergantung permintaan konsumen. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.15 adalah 64,4 % termasuk dalam kategori cukup.
- 16) Item pernyataan X1.16 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati selalu menyuplai stok produk makanan dan minuman, responden menjawab tidak setuju 1 orang, netral 18 orang, setuju 58 orang, dan sangat setuju 23 orang. Dari hasil jawaban yang didapatkan dapat disimpulkan sebagai

besar responden setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati selalu menyuplai stok produk makanan dan minuman yang dijualnya. Sedangkan tingkat capaian (TCR) pada item X1.16 sebesar 80,6% termasuk kedalam kategori baik.

- 17) Item pernyataan X1.17 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk kerajinan tangan dengan desain sendiri. Responden yang menjawab sangat tidak setuju 3 orang, tidak setuju 34, netral 42, setuju 16, dan sangat setuju. Mayoritas responden menjawab netral pada item X1.17, maka dapat ditarik kesimpulan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak selalu menjual produk kerajinan tangan dengan desain sendiri tetapi tidak pula selalu menjual produk kerajinan tangan tanpa desain sendiri. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.17 adalah 57,2 % termasuk dalam kategori cukup.
- 18) Item pernyataan X1.18 yakni Penatan produk pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sangat menarik. Pada tabel 4.5 didapatkan data item X1.18 mendapatkan data bahwa yang menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 5 orang, netral 43 orang, setuju 44 orang, dan sangat setuju 7 orang. Dari hasil yang didapatkan sebagian besar responden setuju bahwa tatanan produk sangat menarik pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Untuk tingkatan capaian responden tergolong pada kategori baik dengan perolehan presentase 70,2%.
- 19) Item pernyataan X1.19 yakni Tata letak produk, stock dan barang di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati penempatannya rapi dan sesuai SOP marketing, responden menjawab tidak setuju 1 orang, netral 26 orang, setuju 52 orang, dan sangat setuju 21 orang. Mayoritas responden menjawab setuju, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati penataan produk, stock, dan barang tertata dengan rapi dan sesuai SOP marketing. Tingkat capaian responden pada pertanyaan X1.19 sebesar 78,6% sehingga dapat dikategorikan baik.
- 20) Item pernyataan X1.20 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk sesuai kebutuhan para pelajar standar kondisi dan kebutuhan setempat, responden menjawab netral 25 orang, setuju 49 orang, sangat setuju 26 orang, dan tingkat capaian responden dalam menjawab

tergolong kategori baik yakni sebesar 80,2%. Maka dapat ditarik kesimpulan responden setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual berbagai produk bagi pelajar sesuai standar kondisi dan kebutuhan setempat.

- 21) Item pernyataan X1.21 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk sesuai kebutuhan para guru dan karyawan. Pada tabel 4.6 didapatkan data item X1.21 mendapatkan data bahwa responde yang menjawab netral 23 orang, setuju 65 orang, dan sangat setuju 12 orang. mayoritas responden setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual berbagai produk kebutuhan para guru dan karyawan. Tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.21 tergolong kategori baik yakni sebesar 77,8%.
- 22) Item pernyataan X1.22 *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk yang diperlukan masyarakat luar untuk kebutuhan sehari-hari, responden menjawab, tidak setuju 19 orang, netral 51 orang, setuju 24 orang, dan sangat setuju 6 orang. Dari hasil yang didapatkan Maka disimpulkan bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak selalu menjual produk yang diperlukan oleh masyarakat luar akan tetapi tidak pula produk yang diperlukan masyarakat luar untuk kebutuhan sehari-hari. Tingkat capaian responden sebesar 63,4% sehingga dapat dikategorikan cukup.
- 23) Item pernyataan X1.23 yakni Produk yang dijual *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen dan sesuai dengan keinginan konsumen, responden yang menjawab tidak setuju 7 orang, netral 37 orang, setuju 51 orang, dan sangat setuju 5 orang. Dapat disimpulkan sebagian responden setuju produk yang dijual di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati dapat memenuhi kebutuhan sesuai apa yang diinginkan. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab item X1.23 adalah 70,8% termasuk dalam ketegori baik.
- 24) Item pernyataan X1.24 yakni Produk yang dijual *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mampu memenuhi keinginan konsumen. Mendapat hasil jawaban sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 5 orang, netral 47 orang, setuju 42 orang, sangat setuju 6 orang, dan tingkat capaian respon dalam menjawab dengan sebesar 70% tergolong kategori baik pada item X1.24. Dapat disimpulkan bahwa keinginan

konsumen *Business Center* SMK Negeri 1 Pati kadangkala terpenuhi tetapi juga tidak menutup kemungkinan ada beberapa keinginan konsumen yang tidak bisa terpenuhi.

- 25) Item pernyataan X1.25 yakni Produk yang dijual *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mempunyai kualitas produk yang spesifikasinya sesuai yang tercantum pada produk, responden menjawab tidak setuju 2 orang, netral 31 orang, setuju 48 orang, dan sangat setuju 19 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa produk yang dijual di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki kesesuaian spesifikasinya yang tercantum. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 76,8% termasuk dalam kategori baik.

Berdasarkan tabel frekuensi variabel produk jawaban responden paling banyak menjawab setuju dengan jumlah presentase 61%. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan-pernyataan variabel produk pada *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati

b. Deskripsi Hasil Variabel Harga (X2)

Analisis data tentang hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel harga dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati. Adapun deskripsi data variabel produk terdapat pada tabel 4.6

Tabel 4.6 Deskripsi Statistik Variabel Harga

Item	STS	TS	N	S	SS	N	Skor	Mean	TC H (%)	Kategori
1	0	6	37	47	10	100	361	3,61	72,2	Baik
2	0	2	25	52	21	100	392	3,92	78,4	Baik
3	0	2	28	58	12	100	380	3,8	76	Baik
4	0	2	37	49	12	100	371	3,71	74,2	Baik
5	0	9	53	32	6	100	335	3,35	67	Baik
6	0	3	43	46	8	100	359	3,59	71,8	Baik
7	2	7	77	1	4	10	312	3,12	62,4	Cukup

Item	STS	TSS	N	S	SS	N	Skor	Mean	TC H (%)	Kategori
			2	5		0				
8	2	8	70	19	1	100	309	3,09	61,8	Cukup
9	17	36	43	4	0	100	234	2,34	46,8	Kurang Baik
10	2	17	74	7	0	100	286	2,86	57,2	Cukup
11	1	11	57	29	2	100	320	3,2	64	Cukup
12	3	2	57	30	8	100	338	3,38	67,6	Baik
13	0	16	57	23	4	100	315	3,15	63	Cukup

Pada tabel 4.6 di atas, didapatkan dari 100 responden yang menjawab mengenai variabel harga (X2) sebagai berikut:

- 1) Item pernyataan X2.1 yakni Harga jual pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati terjangkau pada tiap kalangan, responden menjawab tidak setuju 6 orang, netral 37 orang, setuju 47 orang, dan sangat setuju 10 orang. Dapat dipulnkan mayoritas responden setuju bahwa Harga jual pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati terjangkau pada tiap kalangan. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 72,2% termasuk dalam ketegori baik.
- 2) Item pernyataan X2.2 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk Harga bervariasi sesuai dengan ukuran produk. responden menjawab tidak setuju 2 orang, netral 25 orang, setuju 52 orang, dan sangat setuju 21 orang. Dapat dipulnkan mayoritas responden setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menjual produk Harga bervariasi sesuai dengan ukuran produk. Sedangkan tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 78,4% termasuk dalam ketegori baik.
- 3) Item pernyataan X2.3 yaitu Harga alat tulis produk *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sesuai dengan kualitas, responden menjawab tidak setuju 2 orang, netral 28 orang, setuju 58 orang, dan sangat setuju 12 orang.

Dapat dipulnkan mayoritas responden setuju bahwa Harga alat tulis produk *Business Center SMK Negeri 1 Pati* sesuai dengan kualitas, tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 76% termasuk dalam kategori baik.

- 4) Item pernyataan X2.4 yaitu Harga produk makanan pada *Business Center SMK Negeri 1 Pati* sesuai dengan kualitas yang diinginkan, responden menjawab tidak setuju 2 orang, netral 37 orang, setuju 49 orang, dan sangat setuju 12 orang. Dapat dipulnkan mayoritas responden setuju bahwa Harga produk makanan pada *Business Center SMK Negeri 1 Pati* sesuai dengan kualitas yang diinginkan, tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 74,2% termasuk dalam kategori baik.
- 5) Item pernyataan X2.5 yaitu harga produk alat rumah tangga pada *Business Center SMK Negeri 1 Pati* sesuai dengan hasil yang diinginkan, responden menjawab tidak setuju 9 orang, netral 53 orang, setuju 32 orang, dan sangat setuju 6 orang. Dapat dipulnkan mayoritas responden setuju bahwa Harga produk alat rumah tangga pada *Business Center SMK Negeri 1 Pati* sesuai dengan hasil yang diinginkan, tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 67% termasuk dalam kategori baik.
- 6) Item pernyataan X2.6 yaitu Harga alat tulis pada *Business Center SMK Negeri 1 Pati* sesuai dengan manfaat yang saya rasakan, responden menjawab tidak setuju 9 orang, netral 53 orang, setuju 32 orang, dan sangat setuju 6 orang. Dapat dipulnkan mayoritas responden setuju bahwa Harga produk alat rumah tangga pada *Business Center SMK Negeri 1 Pati* sesuai dengan hasil yang diinginkan, tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 71,8% termasuk dalam kategori baik.
- 7) Item pernyataan X2.7 yaitu Harga ATK pada *Business Center SMK Negeri 1 Pati* memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain, responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 7 orang, netral 72 orang, setuju 15 orang, dan sangat setuju 4 orang. Dapat dipulnkan mayoritas responden netralitas bahwa harga ATK pada *Bussiess Center SMK Negeri 1 Pati* memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain. Tingkat capaian responden

dalam menjawab pertanyaan adalah 62,4% termasuk dalam kategori cukup.

- 8) Item pernyataan X2.8 yaitu Harga produk makanan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki manfaat yang bagus dibanding produk yang bukan makanan, responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 8 orang, netral 70 orang, setuju 19 orang, dan sangat setuju 1 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden merasa netral bahwa Harga produk makanan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki manfaat yang bagus dibanding produk yang bukan makanan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 61,8% termasuk dalam kategori cukup.
- 9) Item pernyataan X2.9 yaitu Harga produk makanan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati lebih murah daripada di kantin, responden menjawab sangat tidak setuju 17 orang, tidak setuju 36 orang, netral 74 orang, dan setuju 7 orang. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab netral yaitu harga produk makanan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati lebih murah dan tidak lebih mahal daripada di kantin. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 46,8% termasuk dalam kategori kurang baik.
- 10) Item pernyataan X2.10 yaitu Harga alat tulis pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati lebih murah daripada di koperasi, responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 17 orang, netral 74 orang, setuju 7 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden menjawab bahwa Harga alat tulis pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak lebih murah dan tidak lebih mahal daripada di koperasi. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 57,2% termasuk dalam kategori cukup.
- 11) Item pernyataan X2.11 yaitu Harga produk sembako pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati lebih ekonomis daripada Indomaret, responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 11 orang, netral 57 orang, setuju 29 orang, dan sangat setuju 2 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden menjawab bahwa Harga produk sembako pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati netral sesuai harga pasar dan tidak lebih ekonomis daripada Indomaret. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 64% termasuk dalam kategori cukup.

- 12) Item pernyataan X2.12 yaitu Harga alat tulis yang murah mempengaruhi siswa sering berbelanja di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati, responden menjawab sangat tidak setuju 3 orang, tidak setuju 2 orang, netral 57 orang, setuju 30 orang, dan sangat setuju 8 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden menjawab bahwa harga alat tulis yang murah mempengaruhi siswa sering berbelanja di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati itu merupakan hal yang netral. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 67,6% termasuk dalam kategori cukup.
- 13) Item pernyataan X2.13 yaitu Warga SMK Negeri 1 Pati lebih memilih berbelanja di *Business Center* karena semua produk yang dijual terjangkau, responden menjawab sangat tidak setuju 3 orang, tidak setuju 2 orang, netral 57 orang, setuju 30 orang, dan sangat setuju 8 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden menjawab bahwa gak semua Warga SMK Negeri 1 Pati lebih memilih berbelanja di *Business Center* karena semua produk yang dijual terjangkau netral apa yang dibutuhkan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 63% termasuk dalam kategori cukup.

Berdasarkan tabel frekuensi variabel harga (*price*) jawaban responden paling banyak menjawab setuju dengan jumlah presentase 61%. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan-pernyataan variabel produk pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati

c. Deskripsi Hasil Variabel Tempat (X3)

Analisis data tentang hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel tempat dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati. Adapun deskripsi data variabel produk terdapat pada tabel 4.7

Tabel 4.7 Deskripsi Statistik Variabel Tempat

Item	STS	TS	N	SS	SS	N	Skor	Mean	TCH (%)	Kategori
1	2	12	46	34	6	100	330	3,3	66	Baik
2	1	6	47	41	5	100	343	3,43	68,6	Baik
3	1	9	41	41	8	100	346	3,46	69,2	Baik
4	0	3	2	60	17	10	391	3,91	78,2	Baik

			0			0				
5	1	12	5 2	31	4	10 0	325	3,25	65	Cukup
6	0	4	3 8	46	12	10 0	366	3,66	73,2	Baik
7	5	12	3 2	43	8	10 0	337	3,37	67,4	Baik
8	0	7	4 0	43	10	10 0	356	3,56	71,2	Baik
9	0	0	1 1	70	19	10 0	408	4,08	81,6	Baik
10	1	8	3 5	48	8	10 0	354	3,54	70,8	Baik
11	0	1	4 9	41	9	10 0	358	3,58	71,6	Baik
12	13	23	4 8	16	0	10 0	267	2,67	53,4	Cukup
13	0	14	6 1	21	4	10 0	315	3,15	63	Cukup
14	1	9	5 6	32	2	10 0	325	3,25	65	Cukup
15	3	17	5 0	29	1	10 0	308	3,08	61,6	Cukup

Pada tabel 4.7 di atas, didapatkan dari 100 responden yang menjawab mengenai variabel tempat (X3) sebagai berikut:

- 1) Item pernyataan X3.1 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berada di lokasi yang strategis, responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 12 orang, netral 46 orang, setuju 34 orang, dan sangat setuju 6 orang. Dapat disimpulkan mayoritas responden menjawab netralitas bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berada di lokasi yang strategis. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 66% termasuk dalam kategori baik.
- 2) Item pernyataan X3.2 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berada di lokasi yang mudah dijangkau, responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 6 orang, netral 47 orang, setuju 41 orang, dan sangat setuju 5 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral dan setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati

berada di lokasi yang mudah dijangkau. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 68,6% termasuk dalam kategori baik.

- 3) Item pernyataan X3.3 yakni Lokasi *Business Center* SMK Negeri dapat dicapai dengan sarana transportasi umum. responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 9 orang, netral 41 orang, setuju 41 orang, dan sangat setuju 8 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral dan setuju bahwa Lokasi *Business Center* SMK Negeri dapat dicapai dengan sarana transportasi umum. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 69,2% termasuk dalam kategori baik.
- 4) Item pernyataan X3.4 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati dapat terlihat jelas dari tepi jalan, responden menjawab tidak setuju 3 orang, netral 20 orang, setuju 60 orang, dan sangat setuju 17 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati dapat terlihat jelas dari tepi jalan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 78,2% termasuk dalam kategori baik.
- 5) Item pernyataan X3.5 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki logo yang mudah dilihat konsumen, responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 12 orang, netral 52 orang, setuju 31 orang, dan sangat setuju 4 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki logo yang mudah dilihat konsumen. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 65% termasuk dalam kategori cukup.
- 6) Item pernyataan X3.6 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati dapat ditemukan dengan mudah, responden menjawab tidak setuju 4 orang, netral 38 orang, setuju 46 orang, dan sangat setuju 12 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati dapat ditemukan dengan mudah. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 73,2% termasuk dalam kategori baik.
- 7) Item pernyataan X3.7 yakni Letak *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak terlalu jauh bagi anda. responden menjawab sangat tidak setuju 5 orang, tidak setuju 12 orang, netral 32 orang, setuju 43 orang, dan sangat setuju 8 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju

bahwa Letak *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak terlalu jauh. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 67,4% termasuk dalam kategori baik.

- 8) Item pernyataan X3.8 yakni Akses *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menuju lancar dan tidak rawan kemacetan, responden menjawab tidak setuju 7 orang, netral 40 orang, setuju 43 orang, dan sangat setuju 10 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa Akses *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menuju lancar dan tidak rawan kemacetan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 71,2% termasuk dalam kategori baik.
- 9) Item pernyataan X3.9 yakni Letak *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berada di pinggir jalan raya. responden menjawab, netral 11 orang, setuju 70 orang, dan sangat setuju 19 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa Letak *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berada di pinggir jalan raya. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 81,6% termasuk dalam kategori baik.
- 10) Item pernyataan X3.10 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berdekatan dengan pusat keramaian. responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 8 orang, netral 35 orang, setuju 48 orang, dan sangat setuju 8 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berdekatan dengan pusat keramaian. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 70,8% termasuk dalam kategori baik.
- 11) Item pernyataan X3.11 yakni Lingkungan disekitar toko *Business Center* SMK Negeri 1 sangat aman. responden menjawab tidak setuju 1 orang, netral 49 orang, setuju 41 orang, dan sangat setuju 9 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Lingkungan disekitar toko *Business Center* SMK Negeri 1 sangat aman. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 71,6% termasuk dalam kategori baik.
- 12) Item pernyataan X3.12 yakni Pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati terdapat Keleluasaan bergerak didalam toko. Responden menjawab sangat tidak setuju 13 orang, tidak setuju 23 orang, netral 48 orang, dan setuju 16 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral

bahwa Pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati terdapat Keleluasaan bergerak didalam toko. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 53,4% termasuk dalam kategori cukup.

- 13) Item pernyataan X3.13 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati saling berdekatan dengan pesaing yang cukup beragam. responden menjawab tidak setuju 14 orang, netral 61 orang, dan setuju 16. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati saling berdekatan dengan pesaing yang cukup beragam. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 63% termasuk dalam kategori cukup.
- 14) Item pernyataan X3.14 yakni Papan nama *Business Center* SMK Negeri 1 Pati terpampang dengan jelas. Responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 9 orang, netral 56 orang, dan setuju 32 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Papan nama *Business Center* SMK Negeri 1 Pati terpampang dengan jelas. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 65% termasuk dalam kategori cukup.
- 15) Item pernyataan X3.15 yakni *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berada dekat dengan tempat tinggal warga umum. Responden menjawab sangat tidak setuju 3 orag, tidak setuju 17 orang, netral 50 orang, setuju 29 orang dan sangat setuju. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati berada dekat dengan tempat tinggal warga umum. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 61,6% termasuk dalam kategori cukup.

Berdasarkan tabel frekuensi variabel tempat (*place*) jawaban responden paling banyak menjawab setuju dengan jumlah presentase 61%. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan-pernyataan variabel produk pada *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati

d. Deskripsi Hasil Variabel Promosi (X4)

Analisis data tentang hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel promosi dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati. Adapun deskripsi data variabel produk terdapat pada tabel 4.8

Tabel 4.8 Deskripsi Statistik Variabel Promosi

Item	STS	TSS	N	S	SS	N	Skor	Mean	TCH (%)	Kategori
1	3	18	68	11	0	100	287	2,87	57,4	Cukup
2	2	23	62	12	1	100	287	2,87	57,4	Cukup
3	2	19	57	21	1	100	300	3	60	Cukup
4	4	43	43	8	2	100	261	2,61	52,2	Cukup
5	1	18	50	29	2	100	313	3,13	62,6	Cukup
6	5	31	54	9	1	100	270	2,7	54	Cukup
7	2	15	58	24	1	100	307	3,07	61,4	Cukup
8	2	6	41	47	4	100	345	3,45	69	Baik
9	2	6	39	46	7	100	350	3,5	70	Baik

Pada tabel 4.8 di atas, didapatkan dari 100 responden yang menjawab mengenai variable promosi (X4) sebagai berikut:

- 1) Item pernyataan X4.1 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menampilkan iklan yang sangat menarik. Responden menjawab sangat tidak setuju 3 orang, tidak setuju 18 orang, netral 68 orang, dan setuju 11 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menampilkan iklan yang sangat menarik. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 57,4% termasuk dalam kategori cukup.
- 2) Item pernyataan X4.2 yaitu *v Center* SMK Negeri 1 Pati melakukan promosi melalui media massa. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 23 orang, netral 62 orang, setuju 12 orang dan sangat setuju 1 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati melakukan promosi melalui media massa. Tingkat capaian

responden dalam menjawab pertanyaan adalah 57,4% termasuk dalam kategori cukup.

- 3) Item pernyataan X4.3 yaitu Periklanan yang dijalankan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sangat berperan dalam melakukan promosi. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 19 orang, netral 57 orang, setuju 21 orang dan sangat setuju 1 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Periklanan yang dijalankan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sangat berperan dalam melakukan promosi. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 60% termasuk dalam kategori cukup.
- 4) Item pernyataan X4.4 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menawarkan promosi dengan bermacam diskon. Responden menjawab sangat tidak setuju 4 orang, tidak setuju 43 orang, netral 43 orang, setuju 8 orang dan sangat setuju 2 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral dan setuju bahwa Periklanan yang dijalankan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menawarkan promosi dengan bermacam diskon. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 52,2% termasuk dalam kategori cukup.
- 5) Item pernyataan X4.5 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mengalami peningkatan setelah melakukan promosi penjualan. Responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 18 orang, netral 50 orang, setuju 29 orang dan sangat setuju 2 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mengalami peningkatan setelah melakukan promosi penjualan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 62,6% termasuk dalam kategori cukup.
- 6) Item pernyataan X4.6 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sering mengadakan event dan demo untuk meningkatkan penjualan. Responden menjawab sangat tidak setuju 5 orang, tidak setuju 31 orang, netral 54 orang, setuju 9 orang dan sangat setuju 1 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sering mengadakan event dan demo untuk meningkatkan penjualan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 54% termasuk dalam kategori cukup.

- 7) Item pernyataan X4.7 yaitu Saya tertarik belanja di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati karena termotivasi oleh informasi yang diberikan secara langsung. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 15 orang, netral 58 orang, setuju 24 orang dan sangat setuju 1 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa responden tertarik belanja di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati karena termotivasi oleh informasi yang diberikan secara langsung. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 61,4% termasuk dalam kategori cukup.
- 8) Item pernyataan X4.8 yaitu Tenaga penjual pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati melakukan pekerjaan dengan teliti dan disiplin agar pelanggan merasa nyaman. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 6 orang, netral 41 orang, setuju 47 orang dan sangat setuju 4 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa tenaga penjual pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati melakukan pekerjaan dengan teliti dan disiplin agar pelanggan merasa nyaman. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 69% termasuk dalam kategori cukup.
- 9) Item pernyataan X4.9 yaitu Bermasyarakat adalah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 6 orang, netral 39 orang, setuju 46 orang dan sangat setuju 7 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa bermasyarakat adalah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 70% termasuk dalam kategori cukup.

Berdasarkan tabel frekuensi variabel promosi (*promotion*) jawaban responden paling banyak menjawab setuju dengan jumlah presentase 61%. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan-pernyataan variabel produk pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati

e. Deskripsi Hasil Variabel Promosi (Y)

Analisis data tentang hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel volume penjualan dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada *Business Center* SMK

Negeri 1 Pati. Adapun deskripsi data variabel volume penjualan terdapat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9 Deskripsi Statistik Variabel Volume Penjualan

Item	STS	TS	N	S	SS	N	Skor	Mean	TCH (%)	Kategori
1	0	1	44	42	13	100	367	3,67	73,4	Baik
2	0	3	70	22	5	100	329	3,29	65,8	Cukup
3	0	3	36	58	3	100	361	3,61	72,2	Baik
4	3	14	53	20	10	100	320	3,2	64	Cukup
5	0	2	47	44	7	100	356	3,56	71,2	Baik
6	0	2	51	44	3	100	348	3,48	69,6	Baik
7	4	22	42	24	8	100	310	3,1	62	Cukup
8	2	21	55	12	10	100	307	3,07	61,4	Cukup
9	2	9	57	23	9	100	328	3,28	65,6	Cukup
10	0	1	38	52	9	100	369	3,69	73,8	Baik
11	0	1	42	49	8	100	364	3,64	72,8	Baik
12	2	2	53	41	2	100	339	3,39	67,8	Baik
13	0	2	60	33	5	100	341	3,41	68,2	Baik

Pada tabel 4.9 di atas, didapatkan dari 100 responden yang menjawab mengenai variabel tempat (X3) sebagai berikut:

- 1) Item pernyataan Y.1 yaitu Saya memilih belanja di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati karena produknya berlandaskan hukum Islam. Responden menjawab tidak setuju 1 orang, netral 44 orang, setuju 42 orang dan sangat setuju 13 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral dan setuju bahwa responden memilih belanja di *Bussiness Center* SMK Negeri 1 Pati karena

produknya berlandaskan hukum Islam. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 73,4% termasuk dalam kategori baik.

- 2) Item pernyataan Y.2 yaitu Penjualan produk pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mengalami peningkatan. Responden menjawab tidak setuju 3 orang, netral 70 orang, setuju 22 orang dan sangat setuju 5 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa Penjualan produk pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mengalami peningkatan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 65,8% termasuk dalam kategori cukup.
- 3) Item pernyataan Y.3 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki beragam produk kebutuhan sehari-hari yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Responden menjawab tidak setuju 3 orang, netral 36 orang, setuju 58 orang dan sangat setuju 3 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki beragam produk kebutuhan sehari-hari yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 72% termasuk dalam kategori baik.
- 4) Item pernyataan Y.4 yaitu Diskon harga yang ditawarkan berarti bagi pembeli. Responden menjawab sangat tidak setuju 3 orang, tidak setuju 14 orang, netral 53 orang, setuju 20 orang dan sangat setuju 10 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Diskon harga yang ditawarkan berarti bagi pembeli. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 64% termasuk dalam kategori cukup.
- 5) Item pernyataan Y.5 yaitu Harga produk di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sesuai dengan kualitas. Responden menjawab tidak setuju 2 orang, netral 47 orang, setuju 44 orang dan sangat setuju 7 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Harga produk di *Business Center* SMK Negeri 1 Pati sesuai dengan kualitas. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 71,2% termasuk dalam kategori baik.
- 6) Item pernyataan Y.6 yaitu Semua produk *Business Center* SMK Negeri 1 Pati terjual dengan mudah karena menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan

konsumen. Responden menjawab tidak setuju 2 orang, netral 47 orang, setuju 44 orang dan sangat setuju 7 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Semua produk *Business Center* SMK Negeri 1 Pati terjual dengan mudah karena menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 69,6% termasuk dalam kategori baik.

- 7) Item pernyataan Y.7 yaitu Reward berupa *voucher* potongan harga diberikan kepada pelanggan mempengaruhi minat pembelian sehingga meningkatkan penjualan. Responden menjawab sangat tidak setuju 4 orang, tidak setuju 22 orang, netral 42 orang, setuju 24 orang dan sangat setuju 8 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Reward berupa *voucher* potongan harga diberikan kepada pelanggan mempengaruhi minat pembelian sehingga meningkatkan penjualan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 62% termasuk dalam kategori cukup.
- 8) Item pernyataan Y.8 yaitu Promosi yang dilakukan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menarik banyak konsumen. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 21 orang, netral 55 orang, setuju 20 orang dan sangat setuju 10 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Promosi yang dilakukan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menarik banyak konsumen.. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 61,4% termasuk dalam kategori cukup.
- 9) Item pernyataan Y.9 yaitu Promosi Penjualan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati penjualan langsung mampu memberikan daya tarik. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 9 orang, netral 57 orang, setuju 23 orang dan sangat setuju 9 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Promosi Penjualan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati penjualan langsung mampu memberikan daya Tarik. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 65,6% termasuk dalam kategori cukup.
- 10) Item pernyataan Y.10 yaitu Dengan pelayanan yang baik pertumbuhan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati semakin

baik. Responden menjawab tidak setuju 1 orang, netral 42 orang, setuju 49 orang dan sangat setuju 8 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa Dengan pelayanan yang baik pertumbuhan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati semakin baik. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 73,8% termasuk dalam kategori baik.

- 11) Item pernyataan Y.11 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menampilkan penataan produk dengan baik sehingga produk terlihat lebih berkualitas dan menarik pembeli. Responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang, netral 42 orang, setuju 49 orang dan sangat setuju 8 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati menampilkan penataan produk dengan baik sehingga produk terlihat lebih berkualitas dan menarik pembeli. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 72,8% termasuk dalam kategori baik.
- 12) Item pernyataan Y.12 yaitu *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak pernah kesulitan memasarkan produk karena telah memiliki lokasi tetap. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 2 orang, netral 53 orang, setuju 41 orang dan sangat setuju 2 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral dan setuju bahwa *Business Center* SMK Negeri 1 Pati tidak pernah kesulitan memasarkan produk karena telah memiliki lokasi tetap. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 67,8% termasuk dalam kategori baik.
- 13) Item pernyataan Y.13 yaitu Distribusi perputaran produk pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mengalami peningkatan. Responden menjawab tidak setuju 2 orang, netral 60 orang, setuju 33 orang dan sangat setuju 5 orang. Dapat disimpulkan responden mayoritas menjawab netral bahwa Distribusi perputaran produk pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati mengalami peningkatan. Tingkat capaian responden dalam menjawab pertanyaan adalah 68,2% termasuk dalam kategori baik.

Berdasarkan tabel frekuensi variabel peningkatan volume penjualan jawaban responden paling banyak menjawab setuju dengan jumlah presentase 62%. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan-

pernyataan variabel peningkatan volume penjualan di *Business Center SMK Negeri 1 Pati*

f. Uji Pra Syarat

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui bahwa variabel terikat dan variabel bebas sama-sama memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian kali ini uji normalitas menggunakan teknik statistic *One Sample Kolmogorov Smirnov test* dengan taraf signifikasi 0,05 atau 5%. Berikut hasil uji normalitas menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,13432142
Most Extreme Differences	Absolute	,114
	Positive	,114
	Negative	-,076
Kolmogorov-Smirnov Z		1,137
Asymp. Sig. (2-tailed)		,151

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.10 didapatkan hasil nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,151. Dapat dikatakan bahwa dari semua variabel berdistribusi normal. Karena $p > \alpha$ atau $0,151 > 0,05$.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui variabel bebas yang akan dianalisis tidak diperbolehkan mengandung aspek, indikator, dan dimensi yang sama. Uji multikolinearitas pada model regresi ditentukan dengan nilai tolerance atau VIF (Variance Inflation Faktor). Apabila nilai tolerance melebihi 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10,00 maka dikatakan tidak ada multikolinearitas. Berikut hasil Uji multikolinearitas menggunakan program SPSS pada tabel 4.11.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Kelas	Tolerance	VIF	Interpretasi
Produk	0,524	1,907	Tidak ada multikolinearitas
Harga	0,386	2,588	Tidak ada multikolinearitas
Tempat	0,578	1,731	Tidak ada multikolinearitas
Promosi	0,586	1,707	Tidak ada multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.11 didapatkan hasil nilai tolerance variabel produk 0,524, harga 0,386, tempat 0,578, dan promosi 0,586. Sedangkan nilai VIF variabel produk 1,907, harga 2,588, tempat 1,731, dan promosi 1,707. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas pada penelitian ini.

3) Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel pengacau dimasa tertentu dengan varaiabel. Adapun teknik dalam uji autokolerasi menggunakan tes Durbin-Watson (DW Test) dengan bantuan program SPSS. Berikut hasil autokolerasi dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Uji Autokolerasi

D	DI	Du	4 – dl	4 - du
2,036	1,592	1,758	2,408	2,242

Berdasarkan hasil DW Test nilai d yaitu 2,033 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi autokolerasi pada penelitian kali ini karean nilai $du < d < 4-du$ atau $1,758 < 2,036 < 2,242$.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui variasi residual terjadi ketidak sama dari satu pengamatan yang lain, sehingga variansi residual bersifat homoskedastisitas atau pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar dapat memberikan pendugaan yang lebih akurat. Adapun teknik dalam uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Apabila nilai sig > 0,05 tidak

terjadi heteroskedastisitas namun jika $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas menggunakan program SPSS pada tabel 4.13.

Tabel 4.13 Hasil Uji Autokolerasi

Variabel	Sig	Kesimpulan
Produk (X1)	0,623	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga (X2)	0,912	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Tempat (X3)	0,095	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Promosi (X4)	0,572	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.13 didapatkan hasil nilai Sig. variabel produk 0,623, harga 0,912, tempat 0,095, dan promosi 0,572. Dapat dikatakan bahwa dari semua variabel berdistribusi normal. Karena $p > \alpha$ atau $0,151 > 0.05$.

g. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linier berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas yakni produk, harga, tempat, dan promosi dan variabel terikat yaitu peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Hasil uji regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien
Konstanta	3,077
Produk (X1)	0,100
Harga (X2)	0,364
Tempat (X3)	0,134
Harga (X4)	0,353

Berdasarkan tabel tersebut, maka diketahui bentuk persamaan regresi antara lain :

$$Y = a + b^1X^1 + b^2X^2 + b^3X^3 + e$$

$$Y = 3,077 + 0,100 + 0,365 + 0,134 + 0,353 + e$$

a) Nilai konstanta a sebesar 3,077 yang menunjukkan bahwa variabel peningkatan volume penjualan (Y)

meningkat sebesar 3,077 jika variabel produk (X1), variabel harga (X2), variabel tempat (X3), dan variabel promosi (X4) semuanya nol. Ini benar-benar berarti bahwa jika keempat faktor bebas telah meningkat, variabel terikat juga telah meningkat.

- b) Nilai koefisien regresi variabel produk (X1) sebesar 0,100. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan volume penjualan juga akan meningkat sebesar 10% jika variabel produk (X1) naik. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara peningkatan volume penjualan dengan produk.
- c) Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,364. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan volume penjualan juga akan meningkat sebesar 36,4% jika variabel harga (X2) naik. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara peningkatan volume penjualan dengan harga.
- d) Koefisien regresi variabel tempat (X3) diperoleh sebesar 0,134. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan volume penjualan juga akan meningkat sebesar 13,4% jika variabel tempat (X3) meningkat. Koefisien positif menunjukkan bahwa ada korelasi positif antara peningkatan volume penjualan dan tempat.
- e) Koefisien regresi variabel promosi (X4) diperoleh sebesar 0,353. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan volume penjualan juga akan meningkat sebesar 35,3% jika variabel promosi (X4) meningkat. Koefisien positif menunjukkan bahwa ada korelasi positif antara peningkatan volume penjualan dan promosi.

2) Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian produk (X1), harga (X2), tempat (X3), dan promosi (X4) merupakan variabel bebas. Sedangkan peningkatan volume penjualan merupakan variabel terikat. Pada tabel 4.15 merupakan hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,831 ^a	,691	,678	2,981
a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Tempat, Harga				

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai korelasi atau hubungan (R) memiliki nilai sebesar 0,831, sedangkan koefisien determinan (R Square) 0,691. Hal ini menunjukkan pengaruh variabel bebas (produk, harga, tempat, promosi) terhadap peningkatan volume penjualan adalah sebesar 69,1%.

3) Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas (produk, harga, tempat, dan promosi) yang digunakan secara bersama-sama terhadap variabel terikat (peningkatan volume penjualan). H_0 ditolak jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , yang menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Jika F_{hitung} kurang dari F_{tabel} , maka H_0 diterima artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan.

Banyaknya F_{tabel} dapat ditentukan dengan menggunakan rumus $df = n-k-1$ ($100-3-1 = 96$) pada taraf signifikansi 0,05. Uji statistik F menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1887,518	4	471,880	53,084	,000 ^b
	Residual	844,482	95	8,889		
	Total	2732,000	99			

Pada tabel 4.16 nilai tabel uji F_{tabel} untuk $df = 100-3-1 = 96$ dengan tingkat signifikansi 0,05 adalah 2,70. Sedangkan nilai F_{hitung} 53,084. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yakni $53,084 > 2,70$. Dengan demikian, dapat disimpulkan apakah arti dari variabel peningkatan volume penjualan dipengaruhi oleh produk, harga, tempat, dan promosi.

4) Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel yang digunakan secara tersendiri terhadap variabel terikat. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Tabel distribusi t dapat dilihat dengan menggunakan $df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas. Setelah itu, kita mendapatkan $df = 100-3-1 = 96$ dengan tingkat kepentingan 0,05. Didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Jika signifikansi t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak, sedangkan t_{hitung} kurang dari t_{tabel} , maka H_0 diterima. Apabila nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak sedangkan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ maka H_0 diterima. Untuk hasil uji t dengan menggunakan program SPSS pada tabel 4.17.

Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikasi	Keterangan
Produk	2,341	1,660	0,021	H_0 ditolak H_a diterima
Harga	3,931	1,660	0,000	H_0 ditolak H_a diterima
Tempat	2,016	1,660	0,047	H_0 ditolak H_a diterima
Promosi	4,251	1,660	0,000	H_0 ditolak H_a diterima

- a) Variabel produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,341. sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $2,341 > 1,660$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center SMK Negeri 1 Pati*.
- b) Variabel harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,016. sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $2,016 > 1,660$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan *Business Center SMK Negeri 1 Pati*.
- c) Variabel tempat memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,931. sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $3,931 > 1,660$ dan tingkat

signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel tempat berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati .

- d) Variabel promosi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,251. sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $4,251 > 1,660$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati .

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berikut temuan yang diperoleh dari penelitian ini yang dilakukan dengan mengangkat empat variabel independen *marketing mix 4P* yaitu produk (*product*) X1, harga (*price*) X2, tempat (*place*) X3, promosi (*promotion*) X4, pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati.

1. Pengaruh Aspek Produk (*Product*) Dalam Strategi *Marketing Mix 4P* Berbasis Islam Terhadap Peningkatan Volume Penjualan

Hipotesis pertama (H_1) pada penelitian ini adalah variabel produk berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Menurut Teori Kontingensi (*Contingency Theory*) efektivitas suatu perusahaan berasal dari menyelaraskan atau menyesuaikan karakteristik perusahaan dengan kemungkinan yang mencerminkan situasi perusahaan. Konsep atau keselarasan mengacu pada kombinasi level control dan kontingensi (misalnya lingkungan dan strategi bisnis) yang akan menghasilkan kinerja yang unggul. Karenanya, strategi dan kontrol harus juga diselaraskan untuk menghasilkan kinerja yang lebih tinggi. Maka terdapat pengkombinasian antara teori kontingensi dengan teori manajemen pemasaran strategi *marketing mix* dengan aspek produk yang merupakan salah satu variabel yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen.⁴

Produk merupakan elemen mendasar dan penting dari bauran pemasaran tersebut karena produk adalah inti dari penjualan. Jika produk berkualitas dan memuaskan pelanggan maka volume penjualan akan meningkat karena kepuasan yang

⁴ Imam, Ghazali, *25 Grand Theory*, 79.

didapatkan oleh konsumen membuat volume penjualan meningkat.⁵ Berdasarkan pernyataan variabel Produk (X_1) yang dikategorikan setuju mengindikasikan bahwa pelanggan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati memiliki penilaian yang baik terhadap produk yang diberikan saat ini. Hal ini serupa dengan penelitian yang telah dilakukan Ani Nor Widyastuti, Pujiharto, Naelati Tubastuvi, dan Suryo Budi Santoso bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

2. Pengaruh Aspek Harga (*Price*) Dalam Strategi *Marketing Mix 4P* Berbasis Islam Terhadap Peningkatan Volume Penjualan

Hipotesis kedua (H_2) pada penelitian ini adalah variabel harga berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Menurut Teori Kontingensi (*Contingency Theory*) Efisiensi dan control yang ketat akan meningkatkan laba dimana pertumbuhan diminimalkan.⁶ Dan dalam buku Philip Kotler, harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah juga salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran.⁷ Sebuah produk yang berkualitas dapat menerapkan harga yang tinggi, tetapi hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga adalah kesesuaian dengan produk, jika kualitas produk buruk namun menetapkan harga yang tinggi maka volume penjualan akan menurun kesesuaian harga dengan produk harus diperhatikan supaya volume penjualan dapat meningkat.⁸

Berdasarkan Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan bahwa pengujian hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yang berarti bahwa konsumen *Business Center* SMK Negeri 1 Pati adanya harga yang sesuai dan sebanding dengan kualitas produk sangat diperhatikan dalam melakukan pembelian sehingga harga sangat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dijalankan oleh Putri Nilam Hasil penelitian tersebut yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari harga terhadap volume penjualan.

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 13.

⁶ Imam, Ghazali, *25 Grand Theory*, 7.

⁷ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 2001, 439-440.

⁸ Aris, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Mitra Cahaya Putrie." 8.

3. Pengaruh Aspek Tempat (*Place*) Dalam Strategi *Marketing Mix* 4P Berbasis Islam Terhadap Peningkatan Volume Penjualan

Hipotesis ketiga (H_3) pada penelitian ini adalah variabel tempat berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Menurut Philip Kotlet dalam Manajemen Pemasaran, tempat merupakan salah satu unsur mempengaruhi penjualan adalah tempat. lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya.⁹

Tempat identik dengan distribusi, transportasi dan lokasi. Tempat mengacu pada penyediaan produk pada suatu tempat bagi konsumen, untuk lebih mudah untuk mengaksesnya. Jika perusahaan memudahkan konsumen untuk mengakses produknya maka akan semakin banyak konsumen yang datang dan tingkat penjualan akan meningkat.¹⁰ Berdasarkan pernyataan variabel tempat (X3) yang dikategorikan setuju mengindikasikan bahwa pelanggan Kota Pati memiliki penilaian yang baik terhadap tempat yang diberikan saat ini.

Penelitian sebelumnya oleh Opan Arifudin, Yayan Sofyan, Rahman Tanjung, dan Udin Wahrudin yang menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan secara simultan, mendukung temuan penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa pengajuan hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima. Hal ini menyatakan bahwa keputusan pembelian akan semakin naik dengan adanya kemudahan konsumen dalam mengakses produknya sehingga meningkatkan volume penjualan.

4. Pengaruh Aspek Promosi (*Promotion*) Dalam Strategi *Marketing Mix* 4P Berbasis Islam Terhadap Peningkatan Volume Penjualan

Hipotesis keempat (H_4) pada penelitian ini adalah variabel promosi berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Menurut teori kontingensi (*Contingency Theory*) terdapat beberapa faktor

⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, 129.

¹⁰ Aris, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Mitra Cahaya Putrie." 9

kontingensi saling terkait. Lingkungan bisnis, strategi, dan control adalah faktor-faktor kontingensi yang memiliki kolrelasi diantaranya. Promosi salah satu aspek yang masuk ke dalam strategi bisnis.¹¹ Dalam teori manajemen pemasaran promosi juga termasuk ke dalam salah satu aspek strategi pemasaran. Promosi dilakukan dengan tujuan untuk promosi mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.¹² Dalam ajaran Islam maketing dimaknai sebagai dakwah, karena pada dasarnya pedagang dalam menjual dan mempromosikan barangnya juga mempromosikan nilai-nilai Islam.¹³ Promosi dilakukan untuk menarik perhaatian pembeliagar dapat menghasilkan pejualan produk sehingga dapat meningkatkan penjualan.¹⁴

Penelitian ini didukung oleh pemeriksaan masa lalu yang dilaksanakan oleh Roky Apriansyah yang menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan temuan pengujian hipotesis, maka hipotesis 4 yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa volume pejualan akan meningkat sebanding dengan promosi yang dilakukan tersebut.

¹¹ Imam, Ghozali, *25 Grand Theory*, 79.

¹² Simangunsong and Sinaga, "Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Kue Tart Di Clover Bakeshoppe Gatot Subroto Medan." 146

¹³ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, 114.

¹⁴ Aris, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Mitra Cahaya Putrie." 9