

BAB IV
PENGRUH SALURAN DISTRIBUSI DAN HARGA TERHADAP VOLUME
PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN ROKOK HENDRA
JAYA KUDUS)

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus

Perusahaan Rokok Hendra Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri rokok golongan kecil dan memproduksi rokok jenis kretek. Perusahaan ini mulai berdiri pada tahun 1992 oleh Bapak H. Zaenal Musthofa yang beralamat di Jl. KH. Turaikhan Adjhuri No. 82 Desa Langgardalem Kecamatan Kota Kabupaten Kudus. Kemudian pada tahun 2007 legalitas perusahaan terdaftar di badan bea cukai setempat yang mana sebagai bukti bahwa perusahaan rokok hendra jaya resmi beroperasi dibidang pembuatan rokok kretek. Sehingga menjadikan perusahaan ini bisa beroperasi sampai saat ini dan mulai berkembang.

Pada awal didirikan tenaga kerja yang dipekerjakan oleh perusahaan masih sedikit kurang lebih 15 orang pekerja. Jumlah karyawan perusahaan pada saat ini mencapai kurang lebih 200 orang pekerja dan kebanyakan pekerja adalah wanita. Hal ini disebabkan dalam industri rokok perlu kesabaran dalam pengerjaan dalam pembuatan rokok.

Pasang surut perusahaan juga pernah dialami bapak H. Zaenal Musthofa. Namun itu dilaluinya dengan terus penuh perjuangan hingga membawanya sampai pada kesuksesan, Karena Seorang entrepreneur memang tidak pernah mengenal kata menyerah segala usaha, dan doa terus dilakukannya. Terbukti saat ini beliau sudah mempunyai beberapa bidang usaha selain perusahaan Rokok Hendra Jaya diantaranya: rumah kontrakkan, bordir komputer, perusahaan roti, dan masih banyak yang lainnya¹.

¹ Hasil wawancara dengan bapak H. Sholichin selaku manager Rokok Hendra Jaya Kudus, pada 10 Agustus 2016.

Daerah pemasaran Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus pada saat ini masih mencakup daerah Jawa Barat dan Kudus karena untuk pemasaran ke luar Pulau Jawa masih mengalami kesulitan. Butuh perhitungan matang terkait biaya yang dikeluarkan untuk pengiriman barang sampai lintas pulau.²

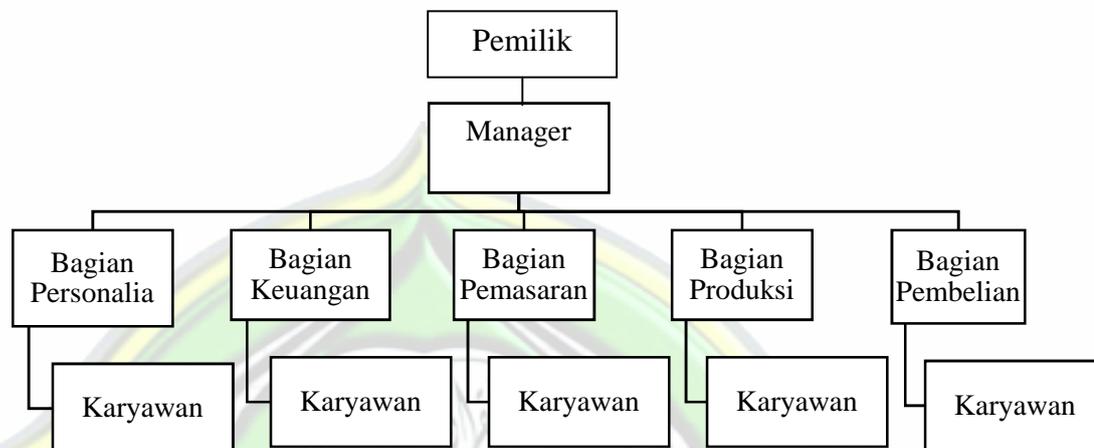
2. Struktur Organisasi Perusahaan.

Dalam menjalankan perusahaan, perusahaan rokok Hendra Jaya Kudus tidak dapat bekerja secara perorangan. Akan tetapi perlu diadakan pembagian kerja yang tersusun dalam struktur organisasi. Hal ini dimaksud agar masing-masing individu dapat lebih jelas dalam menjalankan tugasnya dan mencapai tujuan yang diharapkan. adapun struktur organisasi Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus berbentuk organisasi fungsional. Dimana struktur organisasinya disusun berdasarkan sifat dan macam-macam fungsi yang harus dilaksanakan. perusahaan memilih bentuk organisasi ini karena pembedaan tugas yang jelas sehingga kesimpangsiuran dapat dihindari dan spesialisasi karyawan dapat dikembangkan.

Untuk lebih jelas bagan organisasi dari perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus dapat dilihat pada gambar berikut dan kemudian akan diuraikan secara singkat mengenai tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian.

² *Ibid.*

Gambar 4.1
Struktur organisasi perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus



Keterangan:

Pemilik : H. Zaenal Musthofa
 Manager : H. Sholichin
 Bagian Personalia : Endriyani
 Bagian Keuangan : H. Hendra Eka Wijaya. S.E
 Bagian Pemasaran : M. A'la
 Bagian Produksi : Sudiyono
 Bagian Pembelian : H. Ma'ruf

a) Pemilik.

Bertugas:

- Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan
- Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.

b) Manager

Bertugas:

- Meningkatkan sistem operasional, proses dan kebijakan dalam mendukung perusahaan.

- Membuat pengembangan operasi dalam jangka pendek dan jangka panjang
- Mengelola dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasi perusahaan

c) Bagian Personalia

Bertugas:

- Bertanggung jawab pada hal yang berhubungan dengan absensi
- Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlakunya kontrak kerja.

d) Bagian pemasaran

Bertugas:

- Merencanakan dan merumuskan kebijakan strategi dalam pemasaran.
- Mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan tingkat persaingan sehingga dapat ditentukan rencana volume (jumlah) penjualan.

e) Bagian produksi

Bertugas:

- Menjaga kelancaran produksi baik kualitas maupun kuantitas
- Memelihara mesin-mesin dan peralatan produksi.
- Mengawasi semua kegiatan proses produksi yang berlangsung

f) Bagian Pembelian

Bertugas:

- Membeli bahan baku
- Membeli kebutuhan administrasi
- Membeli alat-alat yang dibutuhkan untuk kelancaran perusahaan

g) Bagian keuangan

Bertugas:

- Merencanakan dan mengatur pembiayaan perusahaan.
- Mengontrol keluar masuknya keuangan perusahaan

3. Visi Dan Misi Perusahaan Rokok Hendra Jaya.

Visi

“Menjadi perusahaan yang mampu menyerap banyak tenaga kerja, berdaya saing tinggi serta mampu berkompetitif dibidangnya”

Misi

- Dapat membuat produk rokok segmen kelas bawah yang berkualitas.
- Mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru.
- Memberi kesempatan bagi masyarakat untuk bekerja diperusahaan.

4. Operasional perusahaan

Sebuah perusahaan pastilah menghasilkan yang namanya output dari input. Seperti halnya di perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus yang memproduksi rokok jenis kretek. Banyak jenis merk yang dipasarkan diantaranya : Enak Tenan, Djambu Lampung, Djambu Lampung Ekstra, Kembang Bakau, Zenfi.

Proses produksi pada perusahaan-perusahaan rokok hendra jaya kudus dilakukan untuk mengelola bahan baku tembakau dan cengkeh menjadi rokok melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Proses tembakau jadi

Untuk memperoleh hasil sebagai tembakau jadi, yaitu tembakau yang telah siap untuk dijadikan bahan pembuat rokok, maka diperlukan tahap-tahap pengolahan sebagai berikut:

- 1) Pengolahan tembakau
- 2) Pengolahan cengkeh
- 3) Pemberian saus³

b. Proses pembuatan sigaret tangan

Yang dimaksud dengan sigaret tangan disini adalah sigaret yang dibuat oleh tenaga manusia.

c. Pengemasan sigaret

d. Pengepresan dan pengebalan⁴.

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

B. Gambaran Data Penelitian

1. Deskripsi Identitas Responden

Identitas responden merupakan segala sesuatu yang erat hubungannya dengan diri responden secara individu. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 38 orang yang merupakan bagian pemasaran dan staf perusahaan Hendra Jaya. Berikut ini adalah penyajian hasil mengenai karakteristik responden :

2. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Prosentase(%)
Laki-laki	22	57.9%
Perempuan	16	42.1%
Jumlah	38	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2016

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 38 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 22 orang atau (57.9%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 16 orang atau (42.1%).

3. Pendidikan Responden

Data mengenai pendidikan dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Pendidikan Responden

Keterangan	Jumlah	Prosentase(%)
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	29	76.3%
S1	9	23.7%
Jumlah	38	100%

Sumber data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden berpendidikan SD yaitu sebanyak 0 orang (0%), SMP yaitu sebanyak 0

orang (0%), SMA yaitu sebanyak 29 orang (76.3%), S1 yaitu sebanyak 9 orang (23.7%).

4. Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini

Tabel 4.3
Jabatan Responden

Jabatan	Jumlah	Prosentase(%)
Pemilik	1	2.6%
Manager	1	2.6%
Bagian Personalia	9	23.7%
Bagian Keuangan	4	10.5%
Bagian Pemasaran	8	21.1%
Bagian Pembelian	5	13.2%
Bagian Produksi	10	26.3%
Jumlah	38	100%

Sumber: *Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa sebagian pekerja responden pemilik yaitu sebanyak 1 orang (2.6%), manger yaitu sebanyak 1 orang (2.6%), bagian personalia yaitu sebanyak 9 orang (23.7%), bagian keuangan sebanyak 4 orang (10.5%), bagian pemasaran sebanyak 8 orang (21.1%), bagian pembelian sebanyak 5 orang (13.2%), bagian produksi sebanyak 10 orang (26.3%)

C. Deskripsi Angket

Tabel 4.4
Hasil Skor Kuesioner

Variabel	Item	Total STS	Total TS	Total N	Total S	Total SS
Saluran Distribusi (X1)	P1	1 2.6%	4 10.5%	3 7.9%	17 44.7%	34 34.2%
	P2	2 5.3%	5 13.2%	4 10.5%	14 36.8%	13 34.2%
	P3	2	2	7	11	16

		5.3%	5.3%	18.4%	28.9%	42.1%
	P4	1 2.6%	0 0%	4 10.5%	18 47.4%	15 39.5%
	P5	1 2.6%	4 10.5%	2 5.3%	16 42.1%	15 39.5%
	P6	0 0%	2 5.3%	3 7.9%	18 47.4%	15 39.5%
	P7	0 0%	8 21.1%	1 2.6%	15 39.5%	14 36.8%
	P8	1 2.6%	2 5.3%	3 7.9%	19 50%	13 34.2%
	P9	0 0%	5 13.2%	0 0%	16 42.1%	17 44.7%
<i>Harga (X2)</i>	P1	1 2.6%	2 5.3%	7 18.4%	13 34.2%	15 39.5%
	P2	1 2.6%	5 13.2%	3 7.9%	17 44.7%	12 31.6%
	P3	1 2.6%	4 10.5%	7 18.4%	16 42.1%	10 26.3%
	P4	0 0%	5 13.2%	6 15.8%	14 36.8%	13 34.2%
	P5	1 2.6%	2 5.3%	4 10.5%	15 39,5	16 42.1%
	P6	0 0%	1 2.6%	7 18.4%	17 44.7%	13 34.2%
	P7	1 2.6%	3 7.9%	1 2.6%	19 50%	14 36.8%
	P8	1 2.6%	4 10.5%	7 18.4%	14 36.8%	12 31.6%
	P9	0 0%	3 7.9%	3 7.9%	19 50%	13 34.2%
	P10	0 0%	3 7.9%	6 15.8%	16 42.1%	13 34.2%
<i>Volume penjualan (Y)</i>	P1	1 2.6%	1 26%	4 10.5%	15 39.5%	17 44.7%
	P2	0 0%	0 0%	5 13.2%	20 52.6%	13 34.2%
	P3	0 0%	4 10.5%	2 5.3%	15 39.5%	17 44.7%

P4	1 2.6%	2 5.3%	4 10.4%	11 28.9%	20 52.6%
P5	0 0%	5 13.2%	6 15.8%	14 36.8%	13 34.2%
P6	0 0%	4 10.5%	3 7.9%	21 55.3%	10 26.3%
P7	2 5.3%	4 10.5%	0 0%	18 47.4%	14 36.8%
P8	1 2.6%	3 7.9%	4 10.5%	14 36.8%	16 42.1%

Sumber: *Data primer yang diolah, 2016*

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang variabel saluran distribusi dan harga terhadap volume penjualan dapat dideskripsikan sebagai berikut :

1. Saluran distribusi (X_1)

Berdasarkan hasil penyebaran angket, tanggapan responden mengenai saluran distribusi adalah sebagai berikut :

Item 1) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 10.5%, netral 7.9%, setuju 44.7%, sangat setuju 34.2%. item 2) sangat tidak setuju 5.3%, tidak setuju 13.2%, netral 10.5%, setuju 36.8%, sangat setuju 34.2%. item 3) sangat tidak setuju 5.3%, tidak setuju 5.3%, netral 18.4%, setuju 28.9%, sangat setuju 42.1%. Item 4) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 0%, netral 10.5%, setuju 47.4%, sangat setuju 39.5%. item 5) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 10.5%, netral 5.3%, setuju 42.1%, sangat setuju 39.5%. item 6) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 5.3%, netral 7.9%, setuju 47.4%, sangat setuju 39.5%. item 7) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 21.1%, netral 2.6%, setuju 39.5%, sangat setuju 36.8%. item 8) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 5.3%, netral 7.9%, setuju 50%, sangat setuju 34.2%. item 9) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 13.2%, netral 0%, setuju 42.1%, sangat setuju 44.7%.

2. Harga (X_2)

Berdasarkan hasil penyebaran angket, tanggapan responden mengenai harga adalah sebagai berikut :

Item 1) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 5.3%, netral 18.4%, setuju 34.2%, sangat setuju 39.5%. item 2) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 13.2%, netral 7.9%, setuju 44.7%, sangat setuju 31.6%. item 3) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 10.5%, netral 18.4%, setuju 42.1%, sangat setuju 26.3%. item 4) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 13.2%, netral 15.8%, setuju 36.8%, sangat setuju 34.2%. item 5) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 2.6%, netral 18.4%, setuju 44.7%, sangat setuju 34.2%. item 6) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 2.6%, netral 18.4%, setuju 44.7%, sangat setuju 34.2%. item 7) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 7.9%, netral 2.6%, setuju 50%, sangat setuju 36.8%. item 8) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 10.5%, netral 18.4%, setuju 36.8%, sangat setuju 31.6%. item 9) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 7.9%, netral 7.9%, setuju 50%, sangat setuju 34.2%. item 10) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 7.9%, netral 15.8%, setuju 42.1%, sangat setuju 34.2%.

3. Volume penjualan (Y)

Berdasarkan hasil penyebaran angket, tanggapan responden mengenai volume penjualan adalah sebagai berikut :

Item 1) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 2.6%, netral 10.5%, setuju 39.5%, sangat setuju 44.7%. item 2) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 0%, netral 13.2%, setuju 52.6%, sangat setuju 34.2%. item 3) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 10.5%, netral 5.3%, setuju 39.5%, sangat setuju 44.7%. item 4) sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 5.3%, netral 10.5%, setuju 28.9%, sangat setuju 52.6%. item 5) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 13.2%, netral 15.8%, setuju 36.8%, sangat setuju 34.2%. item 6) sangat tidak setuju 0%, tidak setuju 10.5%, netral 7.9%, setuju 55.3%, sangat setuju 26.3%. item 7) sangat tidak setuju 5.3%, tidak setuju 10.5%, netral 0%, setuju 47.4%, sangat setuju 36.8%. item 8)

sangat tidak setuju 2.6%, tidak setuju 7.9%, netral 10.5%, setuju 36.8%, sangat setuju 42.1%.

D. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membangun r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Apabila r_{hitung} untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation* lebih, maka dapat dikatakan valid.

Untuk tingkat validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada penelitian ini, besarnya df dapat dihitung dengan $30 - 2$ atau $df=28$ dengan *alpha* 0,1 didapat $r_{table} = 0.361$. jika r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari r_{table} dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Untuk menguji validitas, penulis menggunakan analisis SPSS 16. Berikut ini hasil pengujian validitas non responden sebesar 30 responden. Adapun uji validitas hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen
Non Responden

Variabel	Item	<i>Corrected Item- Total Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Saluran distrbusi (X_1)	P1	0.900	0.361	Valid
	P2	0.824	0.361	Valid
	P3	0.857	0.361	Valid
	P4	0.808	0.361	Valid
	P5	0.846	0.361	Valid

	P6	0.839	0.361	Valid
	P7	0.874	0.361	Valid
	P8	0.802	0.361	Valid
	P9	0.796	0.361	Valid
<i>Harga (X₂)</i>	P1	0.846	0.361	Valid
	P2	0.858	0.361	Valid
	P3	0.866	0.361	Valid
	P4	0.881	0.361	Valid
	P5	0.789	0.361	Valid
	P6	0.793	0.361	Valid
	P7	0.901	0.361	Valid
	P8	0.782	0.361	Valid
	P9	0.857	0.361	Valid
	P10	0.784	0.361	Valid
Volume penjualan (Y)	P1	0.798	0.361	Valid
	P2	0.848	0.361	Valid
	P3	0.876	0.361	Valid
	P4	0.875	0.361	Valid
	P5	0.867	0.361	Valid
	P6	0.900	0.361	Valid
	P7	0.790	0.361	Valid
	P8	0.829	0.361	Valid

Sumber: data yang diolah 2016

Berdasarkan hasil uji validitas non responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa msing-masing item memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0.361). dan bernilai positif, dengan demikian butiran pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen
Responden

Variabel	Item	<i>Corrected Item- Total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
Saluran distrbusi (X ₁)	P1	0.730	0.279	Valid
	P2	0.546	0.279	Valid
	P3	0.605	0.279	Valid
	P4	0.681	0.279	Valid

	P5	0.424	0.361	Valid
	P6	0.509	0.279	Valid
	P7	0.459	0.279	Valid
	P8	0.627	0.279	Valid
	P9	0.533	0.279	Valid
<i>Harga (X₂)</i>	P1	0.533	0.279	Valid
	P2	0.725	0.279	Valid
	P3	0.489	0.279	Valid
	P4	0.350	0.279	Valid
	P5	0.381	0.279	Valid
	P6	0.313	0.279	Valid
	P7	0.494	0.279	Valid
	P8	0.412	0.279	Valid
	P9	0.729	0.279	Valid
	P10	0.667	0.279	Valid
Volume penjualan (Y)	P1	0.734	0.279	Valid
	P2	0.586	0.361	Valid
	P3	0.401	0.279	Valid
	P4	0.616	0.279	Valid
	P5	0.525	0.279	Valid
	P6	0.597	0.279	Valid
	P7	0.342	0.279	Valid
	P8	0.729	0.279	Valid

Sumber: data yang diolah 2016

Berdasarkan hasil uji validitas responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0.279). dan bernilai positif, dengan demikian butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu koesioner dikatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau hasil stabil dari waktu ke waktu.

Untuk menguji reabilitas instrumen non responden, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas berdasarkan *pilot test* (responden) sebesar 30 orang.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen
Non Responden

Variabel	Nilai <i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
Saluran Distribusi (X_1)	0,963	0.6	<i>Reliabel</i>
Harga (X_2)	0,963	0.6	<i>Reliabel</i>
Volume penjualan (Y)	0,960	0.6	<i>Reliabel</i>

Sumber: data yang di olah, 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas non responden pada tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6 , dengan demikian semua variabel (X_1 , X_2 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen
Responden

Variabel	Nilai <i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
Saluran Distribusi (X_1)	0,845	0.6	<i>Reliabel</i>
Harga (X_2)	0,821	0.6	<i>Reliabel</i>
Volume penjualan (Y)	0,829	0.6	<i>Reliabel</i>

Sumber: data yang di olah, 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas responden pada tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6 , dengan demikian semua variabel (X_1 , X_2 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*) model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas, dapat juga dengan melihat pada tolerance serta nilai *variance inflation factor* (VIF).

Tabel. 4.9
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Saluran distribusi	0.337	2.970	Bebas multikolinieritas
Harga	0.337	2.970	Bebas multikolinieritas

Sumber: data yang diolah 2016

Dari tabel di atas terlihat pada uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki tolerance kurang dari 10% dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi. Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Waston. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 4.10
Uji Autokorelasi

Koefisien	Nilai
Durbin-Waston	2.056
Dl	1.343
Du	1.584

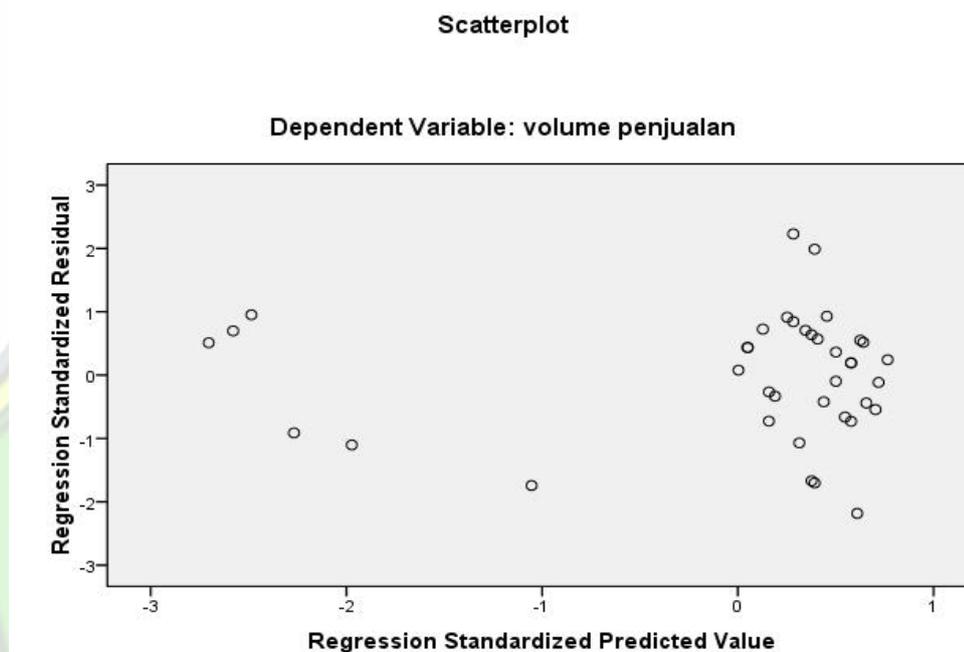
Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin – Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d hitung sebesar 2.056. Untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d hitung sebesar 1.343. tersebut dibandingkan dengan nilai d teoritis dalam tabel d -statistik Durbin Watson dengan signifikansi $\alpha = 5\%$. Dari tabel Durbin – Watson diperoleh nilai d_l sebesar 1.343 dan d_u sebesar 1.584, karena hasil pengujiannya adalah $d_l < d_w < 4 - d_u$ ($1.343 < 2.056 < 4 - 1.584$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif untuk tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *scatterplot*. Dengan asumsi apabila titik-titik menyebar di atas dan dibawah sumbu dan tidak membentuk suatu pola maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil out put *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas.

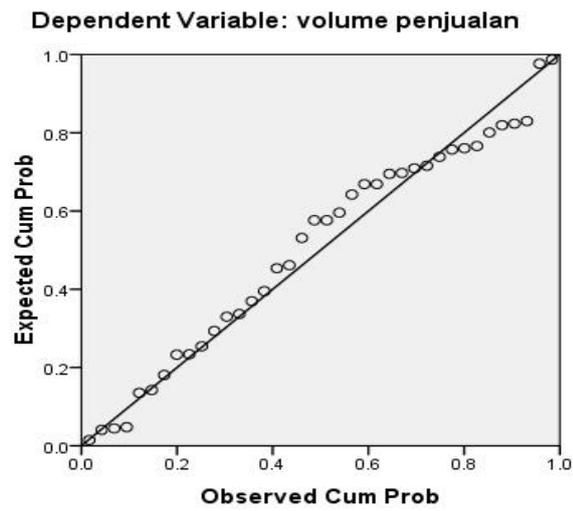
4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terkait dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Salah satu cara untuk normalitas residual adalah berdasarkan normal probality plot dimana data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau dengan grafik histogram yang menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil sebagai berikkut :

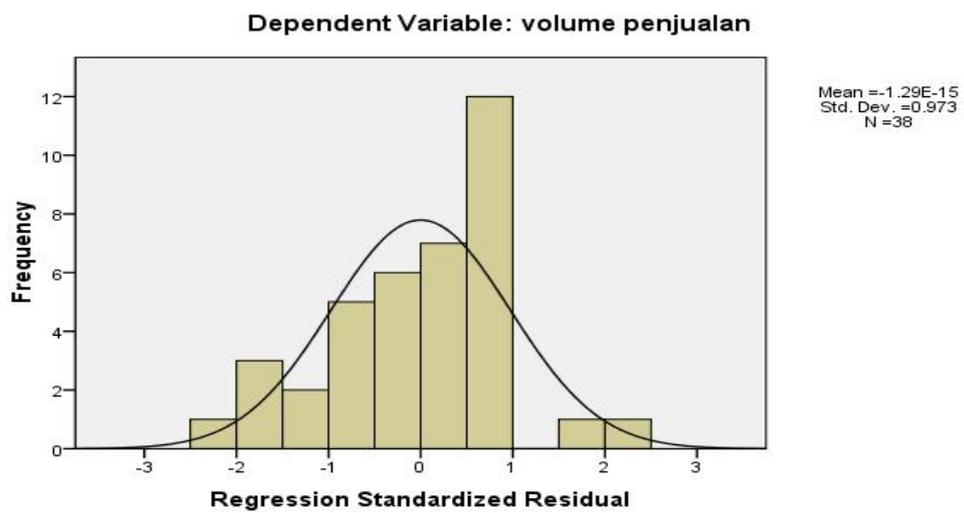
Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas I

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas II

Histogram



F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel saluran distribusi dan harga terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Regresi Linear Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien	Sig.
Konstanta	1.456	0,546
Saluran Distribusi (X1)	0.372	0,001
Harga (X2)	0.446	0,337

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari hasil diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1.456 + 0.372X_1 + 0,446X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Volume penjualn

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi saluran distribusi

b₂ : Koefisien regresi harga

X₁ : saluran distribusi

X₂ : harga

e : Standar eror

Dapat diinterprestaikan sebagai berikut:

- Konstanta a = 1.456 memberikan arti bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata volume penjualan(Y) sebesar 1.456
- Nilai koefisien regresi saluran dsitribusi sebesar 0,372. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu saluran distribusi (X₁), maka akan meningkatkan volume penjualan (Y) sebesar 0,372.

- c. Nilai koefisien regresi harga (X_2) sebesar 0,446. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu harga (X_2), maka akan meningkatkan volume penjualan (Y) sebesar 0,446.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) volume penjualan, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah saluran distribus (X_1), dan harga (X_2). Hasil analisis dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien	Nilai
R	0,915
Adjusted R Square	0,828

Dari hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa Nilai *adjusted R Square* dalam tabel adalah 0.828. Angka *R Square* disebut juga dengan koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien determinasi 0.828 sama dengan 82.8%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 82.8% tingkat volume penjumlahan yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel saluran distribusi dan harga. Sedangkan sisanya ($100\% - 82.8\% = 17.2\%$) disebabkan oleh faktor-faktor lainnya. Dengan kata lain, kemampuan menerangkan besarnya pengaruh saluran distribusi dan harga terhadap volume penjualan adalah sebesar 82.8%, sedangkan sisanya sebesar 17.2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar

penelitian ini. *Standart Error of Estimate* (SEE) sebesar 2.168 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

3. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji signifikansi parameter individual ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t_{hitung} . Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$. (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (38 - 2 - 1)$ dengan signifikansi 5% adalah 2.030. Secara lebih rinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Koefisien Regresi Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Interprestasi
Saluran distribus (X1)	3.740	2.030	0,01	Berpengaruh dan signifikan
Harga (X2)	4.428	2.030	0,00	Berpengaruh dan signifikan

Sumber: Data primer diolah 2016

- a. Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan di perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus

Hasil pengujian statistik saluran dsitribusi volume penjualan di perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus menunjukkan nilai t_{hitung} 3,740 dengan nilai t_{tabel} 2.030 dan *value* sebesar 0,01 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.740 > 2.030$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya saluran distribusi merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan volume penjualan di perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus.

- b. Pengaruh harga terhadap volume penjualan di perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus.

Hasil pengujian statistik harga terhadap volume penjualan volume penjualan di perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus menunjukkan nilai t_{hitung} 4.428 dengan nilai t_{tabel} 2.030 dan *value* sebesar 0,00 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.428 > 2.030$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya harga merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan di perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus.

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen (Y). Seperti “terdapat pengaruh bersama-sama antara faktor saluran dsitribusi dan harga terhadap volume penjualan di perusahaan rokok Hendra Jaya Kudus”. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Regresi Uji F

Model	F hitung	F tabel	Sig.
1	89.946	3.27	0,00 ^a

Sumber: Data primer, diolah 2016

Dari hasil uji anova atau F test, didapat F hitung sebesar 89.946 dengan F tabel sebesar 3,27 ini berarti nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ($89.946 > 3.27$) dengan tingkat probabilitas 0,00 (signifikansi). Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi volume penjualan atau dapat dikatakan bahwa saluran dsitribusi dan harga, secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan di perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Saluran distribusi terhadap Volume penjualan

Berdasarkan uji hipotesis pertama didapat bahwa saluran distribusi berpengaruh secara positif signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi saluran distribusi 0.372 dengan probabilitas signifikan 0,001 yang lebih kecil dari 0,005, sehingga saluran distribusi berpengaruh terhadap volume. Semakin tinggi dalam pendistribusi yang dilakukan oleh perusahaan rokok Hendra Jaya Kudus akan meningkatkan volume penjualan sebesar 37.2%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sabinen Ada, Senen Mahmud dan Fitri Fauziah tentang dengan Pengaruh promosi dan distribusi terhadap volume penjualan (studi kasus PT. Nikatsu Electric Works-Bandung)” yang memperoleh hasil bahwa distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

Dari pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi ini akan menjadikan pemegang keputusan yang tepat sasaran sesuai visi dan misi perusahaan untuk mewujudkan tingkat penjualan yang semakin naik dari periode ke periode selanjutnya yang dapat memberikan keuntungan yang maksimal bagi perusahaan. Selain itu saluran distribusi digunakan untuk mempermudah penyampaian produk ke konsumen serta menganalisis daerah-daerah berpotensi untuk jangka panjang agar memiliki pangsa pasar yang semakin luas yang tentunya berakibat positif dengan kenaikan jumlah permintaan dari pelanggan sehingga volume penjualan akan semakin meningkat.

2. Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan.

Berdasarkan uji hipotesis kedua didapat bahwa harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi harga 0.446 dengan probabilitas signifikan 0,00 yang lebih kecil dari 0,005, Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu harga, maka akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0,446. sehingga harga berpengaruh terhadap volume penjualan pada perusahaan

rokok Hendra Jaya Kudus akan meningkatkan volume penjualan sebesar 44.6%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Risky Ardiansyah tentang dengan judul "Pengaruh harga, produk dan promosi terhadap volume penjualan sepeda motor honda" yang memperoleh hasil penelitian bahwa harga berpengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

Dari pengujian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan perlu merencanakan harga jual dengan baik serta menyesuaikan jenis produk dan kondisi perusahaan serta menetapkan harga jual yang akan meningkatkan volume penjualan tanpa menyebabkan penjualan menurun. Pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus dalam menentukan harga jual memperhatikan keadaan perekonomian, permintaan, penawaran, biaya dan harga agar bisa meningkatkan volume penjualan.

3. Pengaruh Saluran Distribusi dan Harga Terhadap Volume penjualan.

Berdasarkan uji hipotesis ketiga didapatkan bahwa saluran distribusi dan harga secara bersamaan berpengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini dilihat dari nilai F hitung sebesar 89.946 dengan probabilitas signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.005 sehingga saluran distribusi dan harga terhadap volume penjualan. Besaran pengaruh kedua variabel adalah 82.8%. secara keseluruhan dapat dilihat pada koefisien determinasi yang disesuaikan (*adjusted R square*) yaitu sebesar 0.828 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (saluran distribusi dan harga) terhadap volume penjualan sebesar 82.8% sisanya 17.2% yang dipengaruhi oleh variabel-variabel lain hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Piker Wisnu Wijayanto dengan judul "Pengaruh harga jual, promosi, dan distribusi terhadap volume penjualan pada PT. PP. Setia kawan di Purwokerto" Diperoleh hasil penelitian bahwa hipotesis menyatakan bahwa variabel harga jual dan distribusi mempunyai pengaruh yang berarti terhadap volume penjualan.

Dari pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi dan harga berpengaruh terhadap volume penjualan. Saluran

distribusi mempunyai tingkat efisiensi yang tinggi maka volume penjualannya juga meningkat karena produsen menggunakan perantara yang mampu menjual atau menyalurkan produk rokok sehingga sampai ke tangan konsumen. Produsen memilih cara pendistribusi yang terbaik agar bisa menyalurkan produk rokok ke konsumen sehingga produsen dan perantara akan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Pemberian harga pada produk rokok yang tepat akan dapat meningkatkan volume penjualannya, apabila terdapat kesalahan maka hal tersebut dapat berdampak pada volume penjualan yakni mengalami penurunan. Perantara akan memilih produk rokok ini karena harga dan kualitas yang diberikan sesuai dengan produk.

