



**SKRIPSI**

**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HARGA  
TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN BATIK  
(Studi kasus : Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang)**

**Oleh :**

**NAMA : SUCI OLIVIA  
NIM : 20070025  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT  
2023**

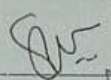
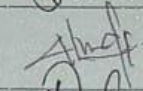
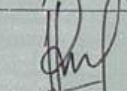
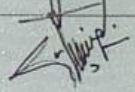
## HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan LULUS setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi  
26 Februari 2024

Judul : Pengaruh Biaya Bistribusi dan Harga terhadap penjualan  
Pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang

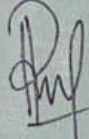
Nama : Suci Olivia  
Nim : 20070025  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

### TIM PENGUJI

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Leli Suwita, SE, M.M	Ketua	
2	Nurhaida, SE, M.M	Anggota	
3	Raftul Fedri, SE, M.M	Anggota	
4	Usmiar, SE, M.Si	Anggota	

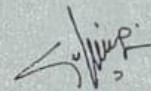
### Disetujui:

#### Pembimbing 1



( Raftul Fedri, SE, M.M )

#### Pembimbing 2

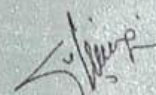


( Usmiar, SE, M.Si )

### Diketahui:

Dean  
Fakultas Ekonomi  
  
( Dr. Willy Nofranita, SE, M.Si, Ak, CA )

Ketua  
Prodi manajemen



( Usmiar, SE, M.Si )

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suci Olivia

Nim : 20070025

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahawa skripsi ini bena- benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya suatu pendapat yang ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak lain manapun.

Padang, 1 maret 2024

Yang menyatakan



*Suci Olivia*  
Suci Olivia  
20070025

### HAK CIPTA

Hak cipta milik **SUCI OLIVIA** tahun 2024, dilindungi oleh undang-undang yaitu dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Sebagianian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, copy, ataupun micro film dan lainnya sebagainya.

## KATA PENGANTAR

*Assalaamu'alaikum Wr.Wb.*

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, serta dengan usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Pengaruh biaya distribusi dan Harga Terhadap Penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang**, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Pada Kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga selesainya skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang tulus penulis haturkan kepada:

1. Allah SWT atas karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Cinta pertama ku, ayahhanda ku Japri, terimakasih yang selalu berjuang tidak pernah mengeluh dan menyerah untuk pendidikan penulis, hujan panas dihadap beliau demi pendidikan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan dukungan dan motivasi hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai serjana.

3. Bidadari surgaku, ibu ku tercinta Irwayuni, yang tidak henti-hentinya mendoakan, memberikan arahan dan motivasi agar hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan sampai bergelar sarjana.
4. Kedua saudara kandung ku mayang sari dan fauzia putri afifa yang sedang proses pendidikan terimakasih atas supportnya semoga kalian bisa merasa juga bagaimana proses pendidikan perkuliahan sampai wisudah nanti.
5. Yang terhormat terima kasih kepada bapak Raftul Fedri,SE,MM selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan masukan dan saran dengan arif dan bijak telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang terhormat terima kasih kepada Ibu Usmiar, SE, M.si selaku dosen pembimbing kedua yang sabar dengan arif dan bijak memberikan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada pengguji pertama ibu Leli Suwita, SE, MM yang begitu teliti dalam memberikan saran serta masukan kepada peneliti sehingga bisa menyempurnakan skripsi ini
8. Terima kasih kepada pengguji kedua ibu Nurhaida, SE, MM begitu teliti dalam memberikan saran serta masukan kepada peneliti sehingga bisa menyempurnakan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada teman seperjuangan senang mengenal kalian yaitu ima yusniati, rahma wida , resky lailatul qadri, dan tiara siska putri yang selalu membantu dan sabar menghadapi sifat peneliti yang tidak sabaran dalam menyelesaikan skripsi.

10. Terimakasih kepada Owner Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang, atas izin yang diberikan untuk melakukan penelitian dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
11. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Tidak mudah menyerah dengan tekanan, kritikan di lingkungan sekitar sehingga mampu melewati proses panjang dalam menyelesaikan skripsi sebaik dan semaksimal mungkin.

Pada dasarnya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dengan itu penulis berharap kritik dan saran yang membangun untuk hasil yang lebih baik.

Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu manajemen dan bagi pembacanya.

Padang, 17 januari 2024

Suci olivia

20070025.

**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HARGA  
TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN BATIK  
( Studi kasus : Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang )**

**Oleh : Suci Olivia  
Nim : 20070025  
Prodi : Manajemen  
Email : [oliviasuci641@gmail.Com](mailto:oliviasuci641@gmail.com)**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi dan harga secara parsial dan simultan terhadap penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang. Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh dari laporan- laporan perusahaan yaitu memuat data biaya distribusi dan harga Toko BusanaLj Collection Pasar Raya Padang pada tahun 2023. Analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis yaitu secara parsial (t), uji simultan (F) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil regresi yang diperoleh telah memenuhi uji asumsi klasik sehingga diperoleh  $Y = 4276,999 + 744,748 X_1 - 177,163 X_2$ . Hasil Uji t menunjukkan biaya distribusi yang berpengaruh terhadap penjualan dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = 13,263 > t_{tabel} = 2,262$  maka hipotesis ( $H_1$ ) diterima. Harga tidak berpengaruh terhadap penjualan dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = -2,048 < t_{tabel} = 2,262$  maka hipotesis ( $H_2$ ) tidak diterima. Hasil uji simultan (F) menunjukkan bahwa biaya distribusi dan harga berpengaruh terhadap penjualan dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} 117,751 > F_{tabel} 4,26$  maka hipotesis ( $H_3$ ) diterima. Sedangkan untuk *R Square* sebesar 0,963 atau 96,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (biaya distribusi dan harga) terhadap variabel dependen (Penjualan) sebesar 96,3%, sedangkan sisanya 3,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Biaya distribusi, Harga, Penjualan.**



**The Influence Of Distribution Cost and Price On Sales**  
( case study : fasion shop Lj Collection supermarket padang )

**By : Suci Olivia**  
**Number : 20070025**  
**Study Program : Management**  
**Email : : [oliviasuci641@gmail.Com](mailto:oliviasuci641@gmail.com)**

The aim of this research is to determine the effect of distribution costs and prices on sales of batik clothing at the Lj Collection fashion shop at the supermarket padang. The type of research carried out by researchers is quantitative research. The data collection technique used is secondary data, namely data obtained from company reports, which contain data on distribution costs and prices for Lj Collection clothing stores supermarkets padang in the year of 2023. The analysis used is multiple linear analysis, classical assumption test, hypothesis testing, namely partial test (  $t$  ), simultaneous test (  $F$  ) and coefficient of determination (  $R^2$  ). The regression results obtained have fulfilled the classical assumption test so that it is obtained  $Y = 4276,999 + 0,000X_1 + 0,071X_2$ . The  $t$  test results show that distribution costs have an influence on sales, proven by value  $t_{count} = 13,263 > t_{table} = 2,262$  then the hypothesis (  $H_1$  ) is accepted. Price has an effect on sales as proven by value  $t_{count} = -2,048 < t_{table} = 2,262$  then the hypothesis (  $H_2$  ) is not accepted. Simultaneous test results (  $f$  ) show that distribution costs and price influence sales are proven by value  $F_{count} = 117,751 > F_{table} = 4,26$  then the hypothesis (  $H_3$  ) is accepted. While for  $R$  square it is equal to 0,963 or 96,3%. This shows the percentage contribution of the influence of the independent variables ( distribution costs and prices ) to the dependent variable ( sales ) as big as 96,3%, while the rest 3,7% influenced or explained by other variables not included in this study.

**Keywords : distribution costs, prices and sales.**

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b>	
<b>Kata Pengantar</b>	
<b>Abstrak</b>	
<b>Daftar Isi</b>	
<b>Daftar Tabel</b>	
<b>Daftar Gambar</b>	
<b>Daftar Lampiran</b>	

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Konsep Teoritis .....	7
2.1.1 Penjualan .....	7
2.1.2 biaya Distribusi... ..	13
2.1.3 harga.....	16
2.2 Penelitian terdahulu.....	20
2.3 Kerangka konseptual .....	22
2.4 Hipotesa .....	23

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian... ..	25
3.2 Jenis penelitian .....	25
3.3 jenis data .....	25
3.4 Definisi operasional.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1 Regresi Linear berganda .....	27
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	28
3.6.3 Uji Hipotesis.....	30

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	33
4.1.1. Lokasi Toko Busana Lj Collection .....	33
4.1.2. Visi dan Misi Toko Busana Lj Collection .....	34
4.1.3. Struktur Organisasi Toko busana Lj Collection.....	34

4.2. Hasil Regresi Linear Berganda .....	35
4.3. Uji Asumsi Klasik... ..	35
4.3.1 Uji normalitas.....	35
4.3.2 Uji multikolinearitas.....	36
4.3.3 Uji heteskedastisitas .....	37
4.3.4 Uji autokorelasi .....	38
4.4. Uji Hipotesis.....	40
4.4.1 Uji Parsial ( uji t ).....	40
4.4.2. Uji simultan ( uji F ).....	41
4.4.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	48
5.2. Saran.....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data penjualan.....	4
Tabel 1.1. Data biaya distribusi.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1. Defenisi Operasional.....	26
Tabel 4.1. Regresi Linear Berganda.....	35
Tabel 4.2. Hasil Uji Normalitas .....	36
Tabel 4.3. Hasil Uji Multikoloniaritas .....	37
Tabel 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	38
Tabel 4.5. Hasil Uji Autokorelasi .....	39
Tabel 4.6. Hasil Uji regresi Linear Berganda (Uji t).....	40
Tabel 4.7. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	41
Tabel 4.8. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	42

## DAFTAR TABEL

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4.1. Lokasi Toko Busana Lj Collection .....	33
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Toko Busana Lj Collection .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data biaya distribusi , Harga dan Penjualan Tahun 2023 .....	
Lampiran 2. Hasil Output SPSS.....	
Lampiran 3. Tabel DW .....	
Lampiran 4. Tabel Uji F .....	
Lampiran 5. Tabel Uji t.....	



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Semenjak perkembangan globalisasi semakin berkembangnya juga dunia bisnis sudah semakin meningkat salah satunya bisnis batik. Hal ini terjadinya karena batik merupakan suatu hal yang akan dibutuhkan oleh masyarakat secara terus menerus yang menyebabkan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk tertentu. Dengan munculnya bisnis yang beranekaragam dengan menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing untuk menarik konsumen dengan menerapkan strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan.

Menurut kotler (2000) Pemasaran merupakan salah satu faktor penting untuk mencapai sukses suatu bisnis. Bisnis dengan penjualan yang banyak pasti memiliki pemasaran yang hebat dan terencana. Pemasaran juga berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pembeli potensial, untuk itu kegiatan pemasaran harus memberikan kepuasan kepada konsumen atas pembelian yang dilakukannya.

Pemasaran menurut Kotler dan Amstrong (2013 : 6) di definisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain

Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba atau penghasilan dengan biaya layak. Agar konsumen



merasa puas dan terjadinya penjualan dan permintaan setiap bisnis harus memiliki strategi pemasaran.

Menurut Assauri (2013) Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan atau aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan pengusaha dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah-ubah.

Setiap pengusaha bisnis perlu mengkaji bagaimanakah cara agar produknya bisa melegit dan laku tentunya tidak kalah saing dengan produk lainya dengan biaya distribusi yang murah dengan penjualan yang meningkat .

Sedangkan pengertian penjualan menurut Moekijat dalam bukunya “Kamus Manajemen” cetakan kelima (2000:48), adalah “Melakukan penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi petunjuk agar pembelian dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak” dari penjelasan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan, berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam kegiatan tersebut.

Menurut Philip kotler (2008 ) Biaya distribusi adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan untuk berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam menyalurkan barang-barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Menurut Bashu Swasta (Dalam Nasution dkk, 2020) Harga adalah jumlah uang (di tambahkan beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi uang berbeda-beda menurut pandangan barang tau produk.

Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang adalah salah satu usahabisnis yang bergerak dibidang penjualan pakaian batik. Lj merupakan singkatan dari nama Linda Jamil yang merupakan pemilik toko pakaian batik tersebut. Toko Busana Lj Collection menjual beragam pakaian, salah satu pakaian batik seragam yang terletak dipasar bertingkat Fase VII petak X No.48 padang.

Diiringi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta meningkatnya pertumbuhan ekonomi membuat perubahan kebutuhan, keinginan maupun selera konsumen, persaingan antar produk semakin pesat membuat para konsumen bimbang dalam menentukan produk yang akan dipilih. Kebanyakan masyarakat cenderung ke produk yang dengan harga yang murah dengan biaya distribusi yang yang terjangkau.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang di dapat dari Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang memiliki kendala yaitu penjualan masih belum stabil dikarenakan belum optimalnya biaya distribusi dan harga semenjak kenaikan BBM ( bahan bakar minyak ) biaya distribusi dan harga tidak menetap yang dipengaruhi permintaan barang pada tahun 2023. Dengan kenaikan tersebut maka harga menjadi naik juga dikarena biaya distribusi bertambah, sehinggabarang yang ditawarkan oleh pengusaha ke konsumen atau produk yang dipasarkan penjualan menjadi berkurang.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan**  
**pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang**  
**2023**

No	Bulan	Satuan	Harga/ <i>pcs</i>	Biaya Distribusi	Penjualan
1.	Januari	32 lusin	Rp 108.000	Rp 75.000	Rp 41.472.000
2.	Februari	16 lusin	Rp 105.000	Rp 45.000	Rp 20.160.000
3.	Maret	23 lusin	Rp 110.000	Rp 65.000	Rp 30.360.000
4.	April	12 lusin	Rp 100.000	Rp 38.000	Rp 14.400.000
5.	Mei	18 lusin	Rp 98.000	Rp 46.000	Rp 21.168.000
6.	Juni	26 lusin	Rp 90.000	Rp 51.000	Rp 28.080.000
7.	Juli	24 lusin	Rp 99.000	Rp 55.000	Rp 28.512.000
8.	Agustus	22 lusin	Rp 97.000	Rp 49.000	Rp 25.608.000
9.	September	25 lusin	Rp 87.000	Rp 53.000	Rp 26.100.000
10.	Oktober	14 lusin	Rp 96.000	Rp 40.000	Rp 16.128.000
11.	November	21 lusin	Rp 95.000	Rp 48.000	Rp 24.890.000
12.	Desember	10 lusin	Rp 85.000	Rp 30.000	Rp 10.200.000

*Sumber : Data sekunder Toko Busana Lj Collection pasar raya padang*

Dari data penjualan Batik di Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang Mengalami penjualan yang berbeda-beda setiap bulan. Penjualan tertinggi terdapat pada bulan Januari dengan penjualan sebesar Rp 41.472.000. Hal tersebut, di karenakan bertepatan dengan tahun baru dengan model pakaian batik yang terbaru sehingga permintaan pakaian batik meningkat 32 lusin dengan harga Rp .108.000 dan biaya distribusi Rp 75.000. Penjualan terendah terdapat pada bulan desember sebesar Rp10.200.000 dengan biaya distribusi sebesar Rp 30.000. Dikarenakan pada saat bulan desember bertepatan dengan tahun baru natal masyarakat non muslim yang Menjadi pelanggan lebih mengutamakan pakaian

untuk natal dan di pengaruhi juga dengan persediaan pakaian batik Desember terbatas sehingga permintaan pakaian batik hanya 10 lusin .

Dari paparan latar belakang di atas untuk lebih mengetahui apakah biaya distribusi dan harga produk berpengaruh terhadap Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang, maka peneliti tertarik untuk membahas dalam bentuk proposal penelitian dengan judul *”pengaruh biaya distribusi dan harga terhadap penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang”*

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dirumuskan masalah pokok sebagai berikut:

1. Apakah Biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap penjualan pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang?
3. Apakah Biaya distribusi dan harga berpengaruh terhadap penjualan pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Distribusi terhadap penjualan pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap penjualan pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang.

3. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Distribusi dan Harga terhadap penjualan pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Penulis Peneliti

Diharapkan peneliti ini dapat menambah pengetahuan peneliti yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang diterima. Selain itu dengan dilakukan penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan peneliti yang dapat digunakan sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja.

2. Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan dan menjadi acuan bagi mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera barat yang diinginkan meneliti pengaruh biaya distribusi dan harga terhadap penjualan.

3. Bagi Toko Busana Lj Collection Pasar raya padang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang dalam menentukan biaya distribusi dan harga terhadap penjualan pakaian batik.





## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Konsep Teori**

#### **2.1.1 Penjualan**

##### **1. Pengertian Penjualan**

Menurut Swasta Basu (2019:8-10), “Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan. Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dengan pembeli”. Penjualan tatap muka merupakan komunikasi orang secara individual yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya, yaitu meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang.

Menurut Assauri (2015:33) penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi.

Oleh karena itu, kegiatan penjualan terdiri serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (demand), menemukan si pembeli, negosiasi harga dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal penjualan ini, si penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti untuk memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang telah ditetapkan. Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah



persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati. Kegiatan penjualan dapat tercipta suatu proses penukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Dalam perekonomian, seorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan beberapa uang. Dengan alat penukaran berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya dan penjualan akan lebih mudah dilakukan.

Philip Kotler (2012:14) pengertian penjualan adalah sebagai suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi petunjuk agar pembeli bisa menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Menurut Kotler (2008:43) mengatakan penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Dengan adanya penjualan akan tercipta suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli. Dalam segala bidang dan tingkatan, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan, yang mana dengan hal ini mereka dapat menjadi langganan.

Untuk menciptakan penjualan yang memuaskan maka diperlukan suatu ilmu yang bisa merancang dan mengawasi proses penjualan yang dikenal dengan manajemen penjualan. Menurut komite defenisi dari asosiasi pemasaran Amerika, manajemen penjualan adalah perencanaan, pengarahan dan pengawasan personal selling, termasuk penarikan, pemilihan perlengkapan, penentuan rute, pembayaran dan motivasi sebagai tugas yang diberikan pada tenaga penjual. Dari defenisi tentang manajemen penjualan dapat diketahui bahwa tugas menejer penjualan cukup luas. Dapat juga dikatakan bahwa tugas menejer penjualan adalah *administrator* dalam kegiatan personal selling sehingga tugas utamanya banyak berkaitan pengorganisasian kegiatan penjualan baik didalam maupun di luar perusahaan.

Dalam perusahaan menejer harus menyusun struktur organisasi yang dapat menciptakan komunikasi yang efektif tidak hanya didalam departemen penjualan itu sendiri tetapi juga dengan departemen-departemen lainnya. Menejer penjualan juga merupakan penghubung yang paling penting antara perusahaan dengan pembeli dan masyarakat lain, serta bertanggung jawab untuk menciptakan dan mempertahankan jaringan distribusi yang efektif.

## **2. Jenis-Jenis Penjualan**

Jenis-jenis penjualan dikelompokkan menjadi menurut (Swasta Basu, 2019:11-12) :

1. Trade Selling Terjadi jika produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Yang

melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.

2. Missionary Selling Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.
3. Tehnical Selling Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir deri barang dan jasanya.
4. New Business Selling Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Biasanya digunakan oleh Perusahaan Asuransi.
5. Responsive Selling Tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli..

### **3. Faktor yang mempengaruhi penjualan**

Dalam menjual barang atau jasa ada faktor-faktor yang harus diperhatikan Menurut Swastha (2010:129) :

#### **1. Kondisi dan Kemampuan Penjual**

Pada prinsipnya transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah dapat meyakinkan pembeli untuk melakukan transaksi pembelian, sehingga perusahaan berhasil mencapai sasaran penjualan. Untuk mencapai tujuan tersebut pihak penjual harus memahami beberapa masalah yaitu:

- a) Lokasi
- b) Suasana toko
- c) Cara Pembayaran
- d) Promosi.

## 2. Kondisi Pasar

Pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak penjual dan pihak pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual untuk menawarkan produknya terhadap pihak pembeli, maka pihak penjual perlu memperhatikan kondisi pasar sebagai berikut:

- a) Jenis dari pasar itu sendiri (apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjualan, pasar pemerintah, pasar internasional).
- b) Jenis dan karakteristik barang.
- c) Harga produk.
- d) Kelengkapan barang

## 3. Modal

Pada awalnya pihak pembeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual, oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan usaha untuk memperkenalkan produknya. Untuk mewujudkan maksud tersebut diperlukan sarana usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan, biaya promosi, biaya distribusi dan sebagainya. Semua usaha ini dapat berjalan, jika pihak penjual memiliki modal yang diperlukan itu.

## 4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada dasarnya perusahaan besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional usahanya. Berbeda dengan perusahaan kecil yang dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit,

sistem organisasi lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak selengkap perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ditangani langsung oleh pimpinan dan tidak diserahkan pada orang lain.

#### **4. Tujuan Penjualan**

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk menjaga waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Menurut Swastha (2010:80) ada tiga tujuan dari penjualan.

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para penjual. Dalam hal ini perlu adanya kerja sama yang rapi diantara fungsionaris dalam perusahaan (seperti bagian produksi yang membuat produksi yang membuat produknya, bagian keuangan yang menyediakan dananya, bagian personalia yang menyediakan tenaganya, bagian produksi dan sebagainya) maupun dengan para penyalur.

#### **5. Indikator Penjualan**

Adapun indikator dari penjualan menurut Kotler (2008:30) antara lain:

- a. Harga
- b. Promosi

- c. Kualitas
- d. Produk
- e. Saluran Distribusi

## **2.1.2 Biaya Distribusi**

### **1. pengertian biaya distribusi**

Menurut JB.Heckert dalam bukunya *Controllershship* ( 2006 : 293 ) biaya distribusi adalah biaya yang berhubungan dengan semua kegiatan mulai dari saat barang-barang telah dibeli/diproduksi sampai barang-barang tiba ditempat pelanggan.

Menurut Mulyadi dalam subagyo ( 2018 : 98 ) menyatakan bahwa biaya distribusi merupakan jumlah total biaya saluran distribusi yang meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan untuk menyampaikan barang-barang produksi perusahaan kepada para konsumen.

Menurut Waren J Keegan yang diterjemahkan oleh Alexander Sindoro dalam bukunya *manajemen pemasaran global* ( 2009 : 333 ) biaya distribusi adalah semua biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan kegiatan-kegiatan untuk calon konsumen agar melakukan transaksi pembelian, dimana barang dalam siap jual, menyerahkan barang ketangan konsumen, dan berakhir dengan penerimaan tunai penjualan barang tersebut.

Menurut Ardiyoso (2000 : 235) dalam *Kamus Besar Akuntansi*, biaya distribusi adalah biaya yang terjadi guna memasarkan atau mengirimkan suatu produk. Biaya yang dapat digolongkan ke dalam *distribution cost* adalah biaya

untuk fasilitas pergudangan, pengangkutan, pengepakan, pengemasan untuk memasukkan ke petikemas. Jadi, biaya distribusi merupakan biaya pemasaran atau disebut sebagai biaya saluran penjualan.

## **2. Penggolongan Biaya Distribusi Penggolongan Biaya Distribusi**

Biaya distribusi dapat meliputi, tetapi tidak terbatas hanya pada klasifikasi – klasifikasi umum sebagai berikut:

1) **Biaya Langsung Penjualan (Direct Selling Expense).**

Jenis ini mencakup semua biaya langsung dalam memperoleh order, termasuk biaya langsung dari para salesman, manajemen dan pengembalian penjualan, kantor-kantor cabang, dan jasa-jasa penjualan.

2) **Biaya Periklanan dan Promosi Penjualan.**

Jenis biaya ini termasuk semua pengeluaran media advertensi, biaya-biaya yang berhubungan dengan berbagai jenis promosi penjualan, pengembangan pasar dan publisitas.

3) **Biaya Transportasi.**

Biaya transportasi termasuk untuk semua pengiriman barang kepada para pelanggan dan juga kemungkinan barang yang dikembalikan, serta biaya dalam mengelola dan memelihara bekerjanya fasilitas-fasilitas transportasi keluar.

4) **Biaya Penggudangan dan Penyimpanan (Warehousing and Storage Expense).**

Biaya penggunaan dan penyimpanan termasuk pada semua biaya penggudangan, penyimpanan, penanganan persediaan, pemenuhan order, dan biaya pembukuan serta penyiapan pengiriman.

5) Biaya Distribusi Umum.

Biaya distribusi umum termasuk pada semua biaya lain yang berhubungan dengan fungsi-fungsi distribusi dibawah manajemen penjualan yang tidak termasuk pada penggolongan 1 sampai dengan 4. Biaya ini termasuk biaya umum pengelolaan penjualan, pelatihan, riset pasar, dan fungsi-fungsi staf seperti akuntansi.

### **3. Faktor yang mempengaruhi biaya distribusi**

Menurut Kotler dan Armstrong dialih bahasakan oleh Bob Sabran ( 2008 : 369 )

Faktor yang mempengaruhi biaya distribusi yaitu :

a. Pengelolaan pesanan

Pengelolaan pesanan pelanggan sering dimulai dengan suatu permintaan informasi dan pelanggan atau quotation. Quotation merupakan sebuah dokumen yang disiapkan dan dikirimkan ke pelanggan untuk memberikan informasi mengenai produk, harga, ketersediaan produk dan informasi pengiriman.

b. Persediaan

Persediaan merupakan bahan atau barang yang disimpan dan akan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Setiap perusahaan yang



berkegiatan di bidang usaha atau distribusi pastinya memiliki bahan atau barang untuk dijadikan persediaan.

c. Pergudangan

Pergudangan berguna untuk menyimpan barang produksi atau hasil dari produksi dalam jumlah dan rentang waktu tertentu, kemudian barang produksi tersebut didistribusikan ke lokasi yang dituju berdasarkan permintaan.

d. Transfortasi

Transportasi adalah kegiatan perpindahan barang atau produk yang digunakan perusahaan dalam melancarkan penyaluran distribusi.

#### **4. Indikator biaya distribusi**

Menurut mulyadi ( 2005 : 488 ) indikator biaya distribusi meliputi :

- a. Biaya transportasi ( meliputi biaya angkutan umum )
- b. Biaya gaji karyawan maupun upah tenaga kerja fisik.
- c. Biaya pesanan ( order-filing cost)

#### **2.1.3 Harga**

##### **1. Pengertian harga**

Menurut Phillip Kotler (2016:65), Harga adalah mirip dengan mata uang, yang berfluktuasi tergantung pada permintaan pasar.

Menurut Shinta dalam jurnal Pertiwi, dkk (2016:181) harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran / transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.

Menurut Charles W. Lamb, dkk ( 2001: 60), harga merupakan suatu hal yang diberikan dalam pertukaran untuk mendapatkan sesuatu barang maupun jasa.

Menurut Tjiptono (2018 : 108 ) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan perusahaan.

Menurut (Kotler dan Keller, 2016 : 115) Menyatakan bahwa Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan proposal nilai suatu produk.

Menurut Kotler dan Armstrong ( 2012 : 314 ) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dan harga merupakan unsur satu-satunya dari bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan di bilang unsur bauran pemasaran lainnya dan penentuan harga yaitu proses menentukan apa yang bakal diterima sebuah syarikat sebagai pertukaran untuk produknya.

## **2. Penetapan harga**

Metode penetapan harga dapat dikelompokkan yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan. Kotler dan Keller (2016:77) menjelaskan metode penetapan harga sebagai berikut:

1. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan Adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu:

- a. Kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli).
- b. Kemauan pelanggan untuk membeli.
- c. Suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, yakni menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk yang digunakan sehari-hari.

2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya bukan aspek permintaan.

3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam menetapkan harganya. Metode penetapan harga berbasis laba ini terdiri dari target harga keuntungan, target pendapatan pada harga penjualan, dan target laba atas harga investasi.

4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri dari harga di atas atau di bawah harga pasar; harga penglaris, dan harga penawaran tertutup.

### **3. Faktor yang mempengaruhi harga**

Menurut Tjiptono ( 2008 : 154-156 ) faktor yang mempengaruhi harga yakni :

1. Tujuan pemasaran perusahaan.
2. Strategi pemasaran.
3. Biaya
4. Organisasi
5. Sifat pasar dan permintaan.
6. Persaingan

### **4.Indikator Harga**

Pengukuran pada variabel Persepsi Harga mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Tjiptono dalam Ferdinan dan Nugraheni (2013:134),yang terdiri dari

#### **1. Keterjangkauan Harga**

Keterjangkauan harga adalah harga sebenarnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh konsumen dengan maksud yaitu, konsumen cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan mendapatkan nilai yang baik seperti yang diharapkan. Harapan konsumen dalam melihat harga yaitu:

- a) Harga yang ditawarkan mampu dijangkau oleh konsumen secara financial.
- b) Penentuan harga harus sesuai dengan kualitas produk sehingga konsumen dapat mempertimbangkan dalam melakukan pembelian suatu produk yang diinginkan.

## 2. Kesesuaian Harga

Kesesuaian harga adalah penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan dengan mempertimbangkan sasaran konsumen dan perubahan situasi.

## 3. Daya Saing Harga

Daya Saing Harga berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu perusahaan dalam menentukan harga di pasar persaingan, dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang samaatau sejenis.

## 4. Harga Sesuai Manfaat

Harga Sesuai Manfaat adalah bagaimana suatu perusahaan menetapkan harga sesuai dengan manfaat produk yang dijual.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

**Tabel**  
**Penelitian terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil
1	Setiani berlian sinaga( 2014)	Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan ( studi kasus pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia tahun 2009-2014)	1.biaya promosi berpengaruh positif signifikan sebesar 17,68% terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia periode 2009-2014. 2. biaya distribusi berpengaruh positif sebesar 77,62% terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur

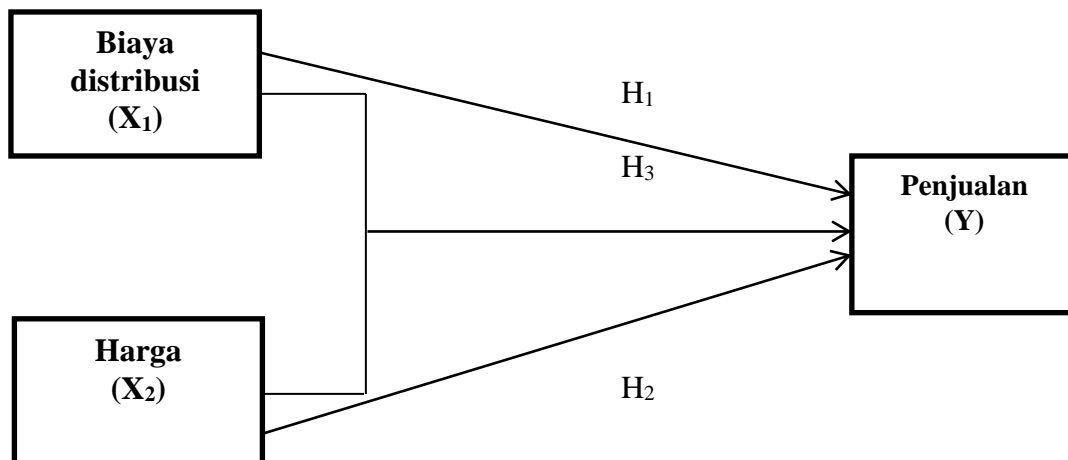
			sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia periode 2009-2014
2	Allan brian pasaribu (2016)	Pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan dengan biaya promosi sebagai mediasi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2016-2020	1.biaya distribusi dan biaya promosi akan mempengaruhi penjualan,yang memang diperlukan untuk memperkenalkan produk terhadap pasar,mempengaruhi penjualan.
3	Nurwulandari (2021)	Pengaruh harga,distribusi dan promosi terhadap volume penjualan	1.harga tidak berpengaruh terhadap volume penjualan,dimana harga justru akan menyebabkan volume penjualan menurun. 2.distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan 3.promosi berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan. 4.harga,distribusi dan promosi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan.
4.	Kusfuadianti septiani (2015)	Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap nilai penjualan produk busana muslim pada PT. SESSA GASIMANDEA	1.biaya promosi pada nilai penjualan bersifat positif dan hal ini menjelaskan setiap kenaikan biaya promosi Rp 1 juta 2. biaya distribusi pada nilai penjualan bersifat positif dan hal ini menjelaskan setiap kenaikan biaya distribusi sebesar 1 juta ( dengan

			asumsi biaya promosi konstan )
5.	Arnas Hasanuddin (2020)	Pengaruh biaya distribusi biaya pemasaran dan volume penjualan terhadap pendapatan petani kentang di kabupaten GOWA SULAWESI SELATAN	1. Variabel biaya distribusi pemasaran dengan tingkat pendapatan petani dengan koefisien 0,586. adanya hubungan signifikan antara saluran pemasaran dengan pendapatan petani 2. variabel biaya pemasaran kurang berpengaruh terhadap tingkat pendapatan petani 3. variabel indenpenden dengan nilai signifikan terhadap pendapatan petani

### 2.3 Kerangka Konseptual

Dari penelitian terdahulu, dapat dilihat saluran distribusi dan harga sangat berpengaruh terhadap meningkatkan tingkat penjualan pada bisnis bahkan perusahaan sekalipun.

Untuk memudahkan dan menghindari terjadinya salahpenafsiran terhadap maksud penelitian ini, berikut ini digambarkan mengenai variabel pelaksanaan biaya distribusi dan harga guna meningkatkan penjualan Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka konseptual**

Keterangan :

Y = Penjualan

X<sub>1</sub> = Biaya Distribusi

X<sub>2</sub> = Harga

### 2.3 Hipotesa

Hipotesa berasal dari kata hypo dan thesis. Hypo artinya sementara atau lemah kebenarannya dan thesis artinya pernyataan atau teori. Menurut Sugiyono (2013:93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta



empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Maka hipotesis dari penelitian ini yaitu :

H<sub>1</sub> : Diduga biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan Pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang.

H<sub>2</sub> : Diduga harga berpengaruh terhadap penjualan pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang.

H<sub>3</sub> : Diduga biaya Distribusi dan harga berpengaruh terhadap penjualan Pakaian Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Tempat dan waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang Fase VII Petak X No. 48 Padang, terhitung dari bulan oktober 2023 sampai selesai.

### **3.2 jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif kuantitatif yaitu penelitian yang menanyakan hubungan dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono ( 2013 : 57-59 ) hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel indenpenden ( variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen ( variabel yang dipengaruhi ).

### **3.3 Jenis Data**

Data yang dikumpulkan harus dapat dibuktikan kebenarannya, tempat, waktu sesuai dan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh, maka jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka yang diperoleh, yang akan dilakukan berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.

### 3.4 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang mempengaruhi yaitu variabel dependen dan variabel independen, variabel independen diantaranya yaitu saluran distribusi dan harga, variabel dependen tingkat penjualan.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Satuan
1.	Penjualan	Menurut Kotler ( 2006 : 457 ) penjualan adalah sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.	a. Harga b. Promosi c. Kualitas d. Produk e. Saluran distribusi	Rupiah
2	Biaya distribusi	Menurut Mulyadi dalam subagyo ( 2018 : 98 ) menyatakan bahwa biaya distribusi merupakan jumlah total biaya saluran distribusi yang meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan untuk menyampaikan barang-barang produksi perusahaan kepada para konsumen.	Menurut mulyadi ( 2005 : 488 ) indikator biaya distribusi meliputi a. Biaya transportasi ( meliputi biaya angkutan umum ) b. Biaya gaji karyawan maupun upah tenaga kerja fisik c. Biaya pesanan ( order-filing cost)	Rupiah
3	Harga	Menurut Tjiptono (2018 : 108) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan perusahaan.	a. keterjangkauan harga b. kesesuaian harga c. daya saing harga d. harga sesuai manfaat	Rupiah

### **3.5 Teknik pengumpulan data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari laporan-laporan dan dokumen-dokumen bisnis Batik Lj Collection Pasar Raya Padang. Serta internet dan buku-buku serta referensi lain yang berhubungan dengan penelitian ini dan tidak memakai sampel / populasi. Teknik pengumpulan data yang penulis tempuh adalah: Wawancara adalah metode yang dilakukan penulis langsung dengan mengadakan Tanya jawab secara lisan tentang biaya distribusi dan harga terhadap Forecasting ( ramalan ) penjualan pakaian Batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang dengan metode Uji regresi linear berganda.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1 Uji Linear Berganda**

Pada dasarnya regresi linear berganda digunakan untuk melihat arah keterkaitan variabel dalam penelitian ini adalah biaya distribusi dan harga dengan variabel terikat yaitu penjualan. Menurut Ridwan (2006:17) regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (penjualan)

a = Bilangan konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi periklanan dan harga produk

$X_1$  = Variabel bebas (biaya distribusi)

$X_2$  = Variabel bebas (harga)

e = Error atau faktor gangguan lain

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Sebelum regresi digunakan untuk menguji hipotesis maka terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Tujuan pengujian ini untuk mengetahui keberartiran hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat, efisien dan terbebas dari kelemahan-kelemahan yang terjadi karena masih adanya gejala-gejala asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2006:147) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan statistik *p-p plot*. Alat uji ini bisa disebut dengan K-S yang tersedia dalam program SPSS 24.00 for windows. Kriteria yang digunakan dalam tes ini adalah dengan membandingkan antara tingkat signifikansi yang didapat dengan tingkat *alpha* yang digunakan, dimana data tersebut dikatakan berdistribusi normal bila  $sig > \alpha$ .

#### 2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2006:147) uji multikolinearitas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation* (VIF).

Jika ada *tolerance* lebih dari 10% atau VIF kurang dari 10% maka dikatakan tidak ada multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006:148) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji geser. Metode ini dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual (AbUt) terhadap variabel bebas. Jika tidak ada satupun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual maka tidak terjadi heteroskedastisitas

### 4. Uji autokorelasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamat dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Dalam hal ini untuk mendeteksi gejala autokorelasi dilakukan melalui uji Durbin Watson (DW tes). Syarat tidak terjadi gejala autokorelasi adalah DW lebih besar atau sama dengan nilai  $du$  dan lebih kecil dari nilai  $4-du$  atau dengan kata lain syarat tidak terjadi autokorelasi adalah nilai DW berada diantara  $du \leq 4-du$ .

### 3.6.3 Uji hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk melihat kontribusi variabel  $X_1$  terhadap variabel  $Y$  dan  $X_2$  terhadap variabel  $Y$  terhadap variabel  $Y$ . Uji hipotesis dalam penelitian ini dikelompokkan atas beberapa cara yaitu:

#### 1. Secara parsial (Uji t-test)

Menurut Ghozali dalam Novit (2017) Uji t Pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dilakukan untuk membuktikan secara empiris signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas biaya distribusi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat penjualan ( $Y$ ). Uji t digunakan untuk mengetahui variabel independen mana yang paling signifikan hubungannya dengan variabel dependen secara individual untuk menghitung digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi  
 $n$  = Banyaknya sampel

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat yang ada dalam model. Sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima. Untuk mengetahui signifikan konstanta dan signifikan setiap variabel independent maka dilakukan Uji t dengan dasar pengambilan keputusan:

Jika probabilitas > 0,05 maka Ho diterima

Jika probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak

## 2. Secara simultan (Uji F)

Menurut Ghozali dalam Novit (2017) Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat signifikansi secara bersamaan apakah ada pengaruh dari variabel  $X_1$ ,  $X_2$  terhadap variabel  $Y$ .

Rumus Statistik Uji F yang dilakukan adalah :

$$F_{\text{hitung}} = \frac{SSR/k}{SSE/n-k-1}$$

Dimana:

SSR: *Sun square regression* (jumlah kuadrat regresi)

SSE : *Sun Square residue* (jumlah kuadrat sisa)

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel independen/bebas

Analisis uji F dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan nilai  $F_{\text{tabel}}$  dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  : terima  $H_0$ , tolak  $H_a$

$F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  : tolak  $H_0$ , terima  $H_a$

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali dalam Novit (2017) koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang



kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen amat terbatas.

Nilai yang mendekati variabel-variabel independen memberikan hampir suatu informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang keliru.

Koefisien determinasi adalah satu dikurangi rasio antara besarnya deviasi nilai  $Y$  Observasi dari rata-ratanya. Atau secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum(Y - \hat{Y})^2}{\sum(Y - \bar{Y})^2}$$

Keterangan:

$R^2$  = Besarnya koefisien determinasi

$Y$  = Nilai variabel  $Y$

$\hat{Y}$  = Nilai estimasi  $Y$

$\bar{Y}$  = Nilai rata-rata variabel  $Y$

Menghitung  $R^2$  digunakan untuk mengetahui sejauh mana sumbangan dari masing-masing variabel bebas. Jika variabel lainnya konstan terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai  $R^2$  maka makin besar variasi sumbangannya terhadap variabel terikat.



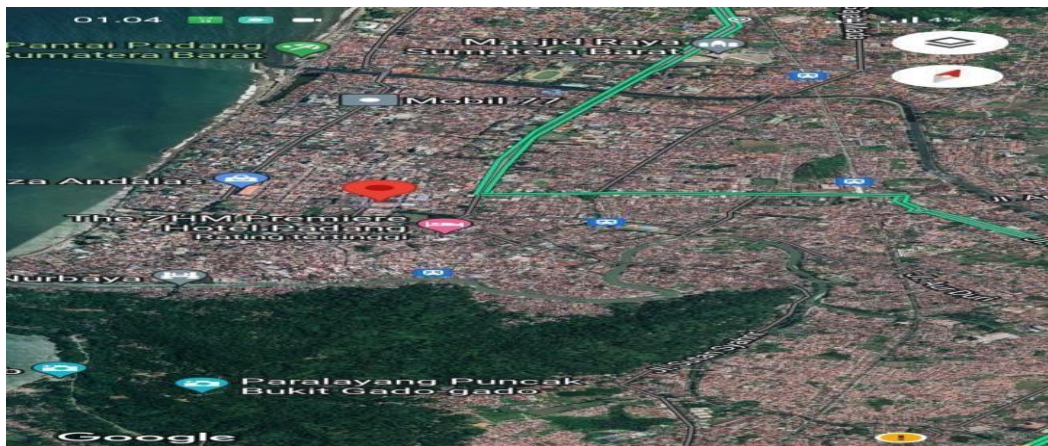


## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Toko Busana Lj Collection Pasar Raya padang adalah salah satu usaha bisnis yang bergerak dibidang penjualan pakaian batik. Lj merupakan singkatan dari nama Linda Jamil yang merupakan pemilik toko pakaian batik tersebut. Toko Busana Lj Collection menjual beragam pakaian, salah satunya pakaian batik yang terletak dipasar raya bertingkat Fase VII di depan gang emas murni singgalang petak X no. 48 Padang yang berdiri pada tahun 2017. Lj ( linda jamil ) memiliki dua Toko dengan nama yang berbeda yaitu Toko Jesinari Store yang diambil dari gabungan nama anak-anak ibuk linda jamil yang terletak dipasar raya bertingkat Fase VII petak X no 46 berdiri pada tahun 2018.

#### **4.1.1. Gambaran lokasi Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang**



*Sumber : Geogle maps*

**Gambar 4.1  
Lokasi Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang**

#### 4.1.2 Visi dan Misi Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang

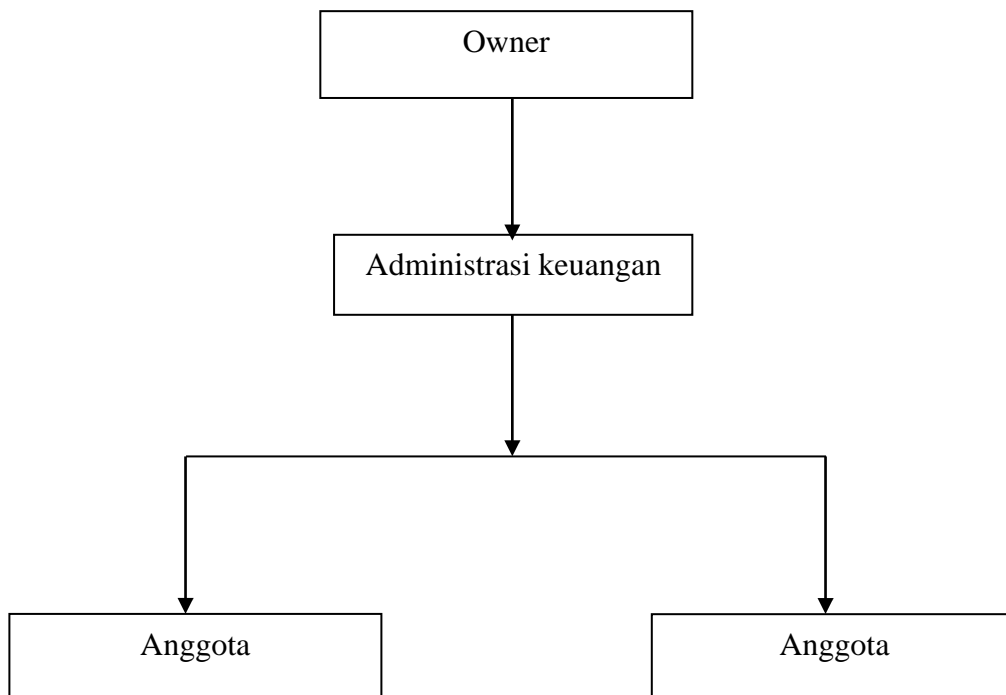
##### 1. Visi Toko Busana Lj Collection pasar raya padang

- a) Menjadi distributor pakaian batik dan perlengkapan batik yang terpercaya

##### 2. Misi Toko Busana Lj Collection pasar raya padang

- a) Menjalankan usaha bisnis perdagangan pakaian batik dan perlengkapan pakaian batik yang berorientasi pada prinsip kepercayaan yang kuat
- b) Menyediakan keperluan pelanggan dengan ketersediaan barang- barang yang berkualitas dan bermutu dengan harga yang kompetitif
- c) Memberikan service/pelayanan terhadap pelanggan dengan ramah dan penuh kejujuran

#### 4.1.3 Struktur Organisasi Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang



**Gambar 4.2**  
**Struktur organisasi Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang**

## 4.2 Hasil Regresi linear berganda

Untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi dan harga terhadap penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang. Dengan menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan data yang dikumpulkan diolah menggunakan SPSS diperoleh hasil regresi linear berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4276.999	7115.799		.601	.563
	BIAYA DISTRIBUSI	744.748	56.150	1.073	13.263	.000
	HARGA	-177.163	86.487	-.166	-2.048	.071

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Sumber: Hasil Output SPSS version24

Dari Tabel 4.1 dapat dibuat persamaan regresi dugaan, yaitu:

$$Y = 4276.999 + 744.748 X_1 - 177.163 X_2$$

Hasil regresi dugaan tersebut telah dilakukan uji Asumsi Klasik yaitu

## 4.3 Uji Asumsi Klasik

### 4.3.1 Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Menurut Ghozali dalam Riski (2017) mengatakan pengujian normalitas data yang dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Sminiv Test*, apabila probabilitas asymp. Sig >  $\alpha(0,05)$  maka data berdistribusi normal.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		12
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1601.34579900
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.103
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

*Sumber: Hasil Output SPSS version24*

Dari tabel 4.2 diatas terlihat bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov Test nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari nilai  $\alpha$  yakni sebesar  $0,200 > 0,05$ . Dengan kata lain hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdistribusi normal.

### 4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi Multikolinearitas). Untuk mengetahui hal tersebut maka dapat dilihat pada nilai tolerance dan nilai VIF nya:

1. Tidak terjadi Multikolonearitas apabila nilai tolerance  $> 0,10$
2. Terjadi Multikolonearitas apabila nilai tolerance  $< 0,10$
3. Tidak terjadi Multikolonearitas apabila nilai VIF  $< 10,00$
4. Terjadi Multikolonearitas apabila nilai VIF  $\geq 10,00$

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Multikolonearitas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4276.999	7115.799		.601	.563		
BIAYA DISTRIBUSI	744.748	56.150	1.073	13.263	.000	.632	1.582
HARGA	-177.163	86.487	-.166	-2.048	.071	.632	1.582

a. Dependent Variable: PENJUALAN

*Sumber: Output SPSS version 24*

Pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa tidak terjadinya multikolonearitas diantara variabel bebas hal ini ditunjukkan oleh nilai *Tolerance* dan VIF .Dimana nilai tolerance yang dihasilkan variabel biaya distribusi  $0,632 > 0,10$  , Harga  $0,632 > 0,10$ . Dan dari nilai VIF yang dihasilkan biaya distribusi  $1,582 < 10$  dan Harga  $1,582 < 10,00$ .

### 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari



residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala Heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu Uji Park, Uji Glesjer, melihat pola grafik Regresi dan Uji koefisien korelasi Spearman. Pada penelitian ini untuk menguji gejala Heteroskedastisitasnya adalah Uji Glesjer.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4067.649	3434.909		1.184	.267
	BIAYA DISTRIBUSI	31.054	27.105	.444	1.146	.281
	HARGA	-44.200	41.749	-.411	-1.059	.317

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Output SPSS version 24

Dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa nilai kedua variabel independen (biaya distribusi sebesar 0,281 dan harga sebesar 0,317) artinya  $> \alpha$  (0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai Sig  $> \alpha$  maka tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas pada model regresi.

#### 4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (Sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah

Autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas darisegala autokorelasi, dalam pengujian ini digunakan uji Durbin Watson (DW), dengan ketentuan sebagai berikut Jika  $d < dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$ , maka hipotesis ditolak, yang berarti terdapat Autokorelasi

1. Jika  $dU < d < 4-dU$ , maka hipotesis diterima, yang berarti tidak ada Autokorelasi
2. Jika  $d$  terletak diantara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Perhatikan Tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.981 <sup>a</sup>	.963	.955	1760.471	2.229
a. Predictors: (Constant), HARGA, BIAYA DISTRIBUSI					
b. Dependent Variable: PENJUALAN					

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.5 diatas diketahui Nilai DW sebesar 2,229 jika dibandingkan dengan nilai tabel signifikan  $\alpha(0,05)$ , Jumlah sampel  $N = 12$  dan jumlah variabel bebas ( $K=2$ ),  $dL = 0,812$ , dilihat dari tabel *Durbin Watson* diperoleh nilai  $dU = 0,579$  dan nilai  $4-dU = 2,421$  dan nilai  $4-dL=3,421$  . Berdasarkan autokorelasi diatas dengan menggunakan metode Durbin Watson maka diperoleh hasil  $Dw = 2,229$  berarti  $Dw$  berada diantara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , yaitu  $dU < d < 4-dU = 0,579 < 2,229 < 3,421$  maka pada model regresi ini tidak ada terdapat Autokorelasi.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam persamaan regresi regresi secara parsial dengan mengasumsikan variabel lain dianggap konstan.

Uji t dilakukan dengan membandingkan antara nilai t yang dihasilkan dari perhitungan statistic dengan nilai  $t_{tabel}$ .

**Tabel 4.6**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4276.999	7115.799		.601	.563
	BIAYA DISTRIBUSI	744.748	56.150	1.073	13.263	.000
	HARGA	-177.163	86.487	-.166	-2.048	.071

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Sumber: Hasil Output SPSS version24

1. Berdasarkan hasil olah data statistic pada tabel 4.6 maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut Pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pakaian batik toko busana Lj Collcetion pasar raya padang

Sesuai dengan tabel 4.6 yaitu uji t menunjukkan hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu biaya distribusi dengan nilai signifikan diperoleh sebesar 0,000 dibanding dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar = 13,263 >  $t_{tabel}$  sebesar =2,262. Artinya terdapat pengaruh biaya distribusi terhadap Penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection pasar raya padang.

2. Pengaruh Harga terhadap penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection pasar raya padang.

Hipotesis yang kedua dalam penelitian ini yaitu harga dengan nilai signifikan diperoleh sebesar 0,071 dibanding dengan nilai  $t_{hitung} = -2,048 < t_{tabel}=2,262$ . Jadi dapat disimpulkan harga tidak berpengaruh terhadap penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection pasar raya padang.

$$t_{tabel}=(\alpha/2;n-k-1)=(0,05/2;12-2-1)=0,025;9 = 2,262.$$

#### 4.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama (Simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	729882733.300	2	364941366.600	117.751	.000 <sup>b</sup>
	Residual	27893326.400	9	3099258.489		
	Total	757776059.700	11			
a. Dependent Variable: PENJUALAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, BIAYA DISTRIBUSI						

Sumber: Hasil Output SPSS version 24

Dari tabel 4.7 diketahui nilai signifikansi pengaruh biaya distribusi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap penjualan (Y) dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 117,751 dengan  $F_{tabel}$  sebesar 4,26 sehingga  $F_{hitung} 117,751 > F_{tabel} 4,26$ . Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang secara bersama-sama

variabel independen (biaya distribusi dan harga) mempengaruhi variabel dependen (Penjualan).

#### 4.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua Variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen (biaya distribusi dan Harga ) dapat menjelaskan variabel dependennya (Penjualan). Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini

**Tabel 4.8**  
**Hasil koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.981 <sup>a</sup>	.963	.955	1760.471

a. Predictors: (Constant), HARGA, BIAYA DISTRIBUSI

*Sumber: Hasil Output SPSS*

Dari tabel 4.8 diatas dapat diperoleh nilai R sebesar 0,981. Hal ini menunjukkan bahawa terjadi hubungan yang kuat antara biaya distribusi dan harga produk terhadap penjualan. Sedangkan untuk *R Square* sebesar 0,963 atau 96,3%. Hal ini menunjukkan bahawa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (biaya distribusi dan harga) berpengaruh terhadap

variabel dependen (Penjualan) sebesar 96,3% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (biaya distribusi dan harga) hanya mampu menjelaskan sebesar 96,3% variasi variabel dependen (penjualan), sedangkan sisanya sebesar 3,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesisi secara parsial menerima hipotesis alternatif pertama terbukti pada Uji Regresi linear berganda hasil koefisien B biaya distribusi 744.748 adalah sebesar artinya biaya distribusi memiliki hubungan terhadap penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang. Dengan tingkat signifikan 0,000 yang berarti hal ini mengidentifikasi bahwa biaya distribusi berpengaruh terhadap jumlah penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection pasar raya padang

Hasil uji t tidak menerima hipotesis alternatif kedua terbukti pada uji regresi linear berganda hasil koefien B Harga adalah sebesar -177,163 yang menyatakan bahwa harga tidak memiliki hubungan yang positif terhadap penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,071 berarti hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan perusahaan dimata konsumen, maka penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection pasar rayaakan semakin menurun.

Hasil penelitian ini juga menerima hipotesis alternatif ketiga terbukti pada uji F (simultan) yang menyatakan bahwa biaya distribusi dan harga

berpengaruh terhadap penjualan dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 117,751 dengan  $F_{tabel}$  4,26 sehingga  $F_{hitung} 117,751 > F_{tabel} 4,26$ .

Harga dapat dikatakan sebagai alat pemasaran yang cukup penting. Hal ini disebabkan harga merupakan satu-satunya elemen yang dapat menghasilkan keuntungan. Harga merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran paling fleksibel, dapat berubah dengan cepat, tidak seperti unsur-unsur lainnya, namun akan lebih efektif apabila didukung oleh variabel lainnya.

Seorang konsumen akan melakukan survey sebelum membeli suatu barang benar-benar yakin bahwa biaya distribusi dan harga barang tersebut murah dibandingkan barang lainnya. Hal tersebut juga menentukan pemilihan konsumen dalam melakukan pembelian dan dapat meningkatkan penjualan.

Dari model regresi  $Y = 4276,999 + 744,748 X_1 - 177,163 X_2$  dapat dilihat bahwa:

1. Konstanta sebesar 4276,999 satuan artinya jika biaya distribusi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) nilainya adalah 0, maka penjualannya sebesar 4276,999 satuan
2. Koefisien regresi variabel biaya distribusi ( $X_1$ ) sebesar 744,748 satuan artinya jika variabel independen lainnya tetap dan biaya mengalami kenaikan 1 satuan maka penjualan ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 744,748 satuan.
3. Koefisien regresi variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 177,163 satuan artinya jika variabel independen lainnya tetap dan harga mengalami kenaikan 1 satuan maka penjualan ( $Y$ ) akan mengalami penurunan 177,163 satuan.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection Pasar Raya Padang.**

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection Pasar Raya Padang. Variabel biaya distribusi mempunyai  $t_{hitung}$  yaitu  $t_{hitung} = 13,263 > t_{tabel}=2,262$ . Jadi  $t_{hitung} >$  dari pada  $t_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan sebesar  $t_{hitung} = 13,263 > t_{tabel} = 2,262$ .

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang Setiani berlian sinaga( 2014) Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan ( studi kasus pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia tahun 2009- 2014) biaya promosi berpengaruh positif signifikan sebesar 17,68% terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia periode 2009-2014. biaya distribusi berpengaruh positif sebesar 77,62% terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek indonesia periode 2009-2014.

### **2. Pengaruh Harga terhadap penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection Pasar Raya Padang.**

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan harga produk terhadap penjualan Pakaian batik toko busana Lj



Collection Pasar Raya Padang. Variabel harga mempunyai  $t_{hitung} = -2,048 < t_{tabel}=2,262$ . Jadi  $t_{hitung} <$  dari pada  $t_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap penjualan karena harga mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar  $= -2,048 < t_{tabel}$  sebesar  $= 2,262$ .

### **3. Pengaruh Biaya distribusi dan harga terhadap penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection Pasar raya Padang.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh terhadap penjualan pakaian batik toko busana Lj Collection pasar raya padang .Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh sebesar dengan nilai  $F_{tabel}$  4,26 sehingga  $F_{hitung}$  117,751 >  $F_{tabel}$  4,26. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji  $R^2$  yaitu sebesar 96,3% atau dengan kata lain varian variabel independen yang dalam model ( biaya distribusi dan harga) mampu menjelaskan varian dependen sebesar 96,3% sedangkan sisanya 3,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang termasuk dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurwulandari (2021) Pengaruh harga, biaya distribusi dan promosi terhadap volume penjualan. Isi Hasil penelitian harga tidak berpengaruh terhadap volume penjualan, dimana harga justru akan menyebabkan volume penjualan menurun dan biaya ditribusi berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan serta promosi berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan.

Penelitian ini juga berdasarkan teori dari Ghozali dalam Novit (2017) yang menjelaskan bagaimana pengaruh variabel independen dengan variabel dependen yaitu dengan menggunakan parsial (Uji t-test), simultan (Uji F) dan koefisien Determinasi( $R^2$ )

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Hipotesis pertama adalah biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang .

Ditunjukkan dari hasil Uji Parsial diperoleh hasil  $0,000 < \alpha (0,05)$

( $H_1$ ) diterima dan variabel biaya distribusi mempunyai nilai  $t_{hitung} = 13,263$

$> t_{tabel}=2,262$ . Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya biaya distribusi berpengaruh untuk

meningkatkan dan mempertahankan penjualan pakaian batik toko busana

Lj Collection Pasar Raya padang.

2. Hipotesis kedua. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang harga terhadap penjualan Pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistic variabel harga dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai  $\alpha$  atau  $0,071 > 0,05$  ( $H_2$ ) tidak diterima. Variabel harga mempunyai  $t_{hitung} = -2,048 < t_{tabel}=2,262$ . Jadi  $t_{hitung} <$  dari pada  $t_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang.

3. Pengaruh biaya distribusi dan harga terhadap penjualan pakaian batik Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh terhadap penjualan pakaian batik Toko

Busana Lj Collection Pasar Raya Padang . Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh sebesar dengan nilai  $F_{tabel}$  4,26 sehingga  $F_{hitung}$   $117,751 > F_{tabel}$  4,26. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji  $R^2$  yaitu sebesar 96,3% atau dengan kata lain varian variabel independen yang dalam model (biaya distribusi dan harga produk) mampu menjelaskan varian dependen sebesar 96,3% sedangkan sisanya 3,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang termasuk dalam penelitian ini.

## **5.2 Saran**

Dari hasil dan pembahasan serta kesimpulan di atas maka peneliti menyarankan:

Disarankan kepada awner toko busana Lj Collection pasar raya Padang untuk mempertahankan biaya distribusi supaya penjualan tidak mengalami penurunan setiap bulan sehingga konsumen maupun pelanggan tetap melakukan pembelian ulang .





## DAFTAR PUSTAKA

- A,Thamrin Dan T, Francis. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Pt Raja Grafindo persada.
- Amstrong, Kotler. 2013. *Marketing An Introducing Pretiece Hall Twelf Edition . england education ,inc*.
- Andi Prastowo. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media. Ardiyanta,O.(2013).
- Analisis biaya Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada pt. Salama Nusantara*. Tugas Akhir Pada Program Studi Akuntansi D3Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- AgusRianto,(2014),*pengaruh harga dan promosi terhadap penjualan Tiket pada CV Ana Travel Banjarbaru*, Jurnal KINDAI Volume 10 No.4 2014, STIE pancasetia Banjarmasin.
- Ardiansyah, Rizky dan Winarningsih.(2012),*pengaruh harga, produk dan promosi terhadap volume penjualan oleh perusahaan Motor Honda Surabaya* : jurnal ilmu dan riset manajemen.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press Basu Swastha & T, Hani Handoko. 2004. *Manajemen Pemasaran Prilaku Konsumen* Edisi 3. Yogyakarta: Liberty. Basu Swastha. 2001. *Manajemen Penjualan*, Cetakan 5 .:Yogyakarta Bfse.
- Amstrong,Kotler. (2008). *Analisis biaya Distribusi Untuk Meningkatkan VolumePenjualan Pada Pt. Salama Nusantara*. Tugas Akhir Pada Program StudiAkuntansi D3 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Dr.Meithiana indrasari(2019),*pemasaran dan kepuasan pelanggan, surabaya* :unitomo press.
- Fahrudin, M.R. (2012). *Biaya Distribusi Buah Dan Sayuran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan: Studi Pada Pt. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Batu* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Kotler, philip dikutip Basu Swasta dan irwan.2003. manajemen pemasaran, liberty,jakarta.

Kotler, Philip and Gary Armstrong, Ali Bahasa, Alexander Sindoro, 2000. Pricing of marketing, 8<sup>th</sup> Edition. New Jersey : Prentice Hall

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Edisi Revisi. Bandung Pt Remaja Rosdakarya.

Mulyadi. 2018. *Pengaruh biaya distribusi dan harga terhadap volume penjualan: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.

Warenj Keegan. 2020. *Manajemen Pemasaran Global*. Edisi Milenium. Jilid II. Edisi 10. Penerbit Erlangga. Jakarta.



Lampiran 1  
Data biaya distribusi, harga dan penjualan 2023

No	Bulan	Satuan	Harga/ <i>pcs</i>	Biaya Distribusi	Penjualan
1.	Januari	32 lusin	Rp 108.000	Rp 75.000	Rp 41.472.000
2.	Februari	16 lusin	Rp 105.000	Rp 45.000	Rp 20.160.000
3.	Maret	23 lusin	Rp 110.000	Rp 65.000	Rp 30.360.000
4.	April	12 lusin	Rp 100.000	Rp 38.000	Rp 14.400.000
5.	Mei	18 lusin	Rp 98.000	Rp 46.000	Rp 21.168.000
6.	Juni	26 lusin	Rp 90.000	Rp 51.000	Rp 28.080.000
7.	Juli	24 lusin	Rp 99.000	Rp 55.000	Rp 28.512.000
8.	Agustus	22 lusin	Rp 97.000	Rp 49.000	Rp 25.608.000
9.	September	25 lusin	Rp 87.000	Rp 53.000	Rp 26.100.000
10.	Oktober	14 lusin	Rp 96.000	Rp 40.000	Rp 16.128.000
11.	November	21 lusin	Rp 95.000	Rp 48.000	Rp 24.890.000
12.	Desember	10 lusin	Rp 85.000	Rp 30.000	Rp 10.200.000

Lampiran 2  
Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4276.999	7115.799		.601	.563
	BIAYA DISTRIBUSI	744.748	56.150	1.073	13.263	.000
	HARGA	-177.163	86.487	-.166	-2.048	.071

a. Dependent Variable: PENJUALAN

*Hasil Output SPSS version24*

Lampiran 3  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		12
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1601.34579900
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.103
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

*Hasil Output SPSS version24*

Lampiran 4  
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4276.999	7115.799		.601	.563		
BIAYA DISTRIBUSI	744.748	56.150	1.073	13.263	.000	.632	1.582
HARGA	-177.163	86.487	-.166	-2.048	.071	.632	1.582

a. Dependent Variable: PENJUALAN

*Output SPSS version 24*

Lampiran 5  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4067.649	3434.909		1.184	.267
	BIAYA DISTRIBUSI	31.054	27.105	.444	1.146	.281
	HARGA	-44.200	41.749	-.411	-1.059	.317

a. Dependent Variable: Abs\_RES

*Output SPSS version 24*

Lampiran 6  
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.981 <sup>a</sup>	.963	.955	1760.471	2.229

a. Predictors: (Constant), HARGA, BIAYA DISTRIBUSI

b. Dependent Variable: PENJUALAN

*Output SPSS version 24*

Lampiran 7  
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4276.999	7115.799		.601	.563
	BIAYA DISTRIBUSI	744.748	56.150	1.073	13.263	.000
	HARGA	-177.163	86.487	-.166	-2.048	.071

a. Dependent Variable: PENJUALAN

*Output SPSS version 24*

Lampiran 8  
Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	729882733.300	2	364941366.600	117.751	.000 <sup>b</sup>
	Residual	27893326.400	9	3099258.489		
	Total	757776059.700	11			
a. Dependent Variable: PENJUALAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, BIAYA DISTRIBUSI						

Output SPSS version 24

Lampiran 9  
Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.981 <sup>a</sup>	.963	.955	1760.471
a. Predictors: (Constant), HARGA, BIAYA DISTRIBUSI				

Output SPSS version 24

Lampiran 11  
Tabel DW

	K=1		K=2		K=3		K=4	
	1	U	L	U	L	U	L	U
	.6102	.4002						
	.6996	.3564	.4672	.8964				
	.7629	.3324	.5591	.7771	.3674	.2866		
	.8243	.3199	.6291	.6993	.4548	.1282	.2957	.5881
0	.8791	.3197	.6972	.6413	.5253	.0163	.3760	.4137
1	.9273	.3241	.7580	.6044	.5948	.9280	.4441	.2833
2	.9709	.3314	<b>.8122</b>	<b>.5794</b>	.6577	.8640	.5120	.1766
3	.0097	.3404	.8612	.5621	.7147	.8159	.5745	.0943
	.0450	.3503	.9054	.5507	.7667	.7788	.6321	.0296

4								
5	.0770	.3605	.9455	.5432	.8140	.7501	.6852	.9771
6	.1062	.4709	.9820	.5386	.8572	.7277	.7340	.9351
7	.1330	.3812	.0154	.5361	.8968	.7101	.7790	.9005
8	.1576	.3913	.0461	.5353	.9331	.6961	.8204	.8719
9	.1804	.4012	.0743	.5355	.9666	.6851	.8588	.8482
0	.2015	.4107	.1004	.5367	0.9976	.6763	.8943	.8283
1	.2212	.4200	.1246	.5385	.0262	.6694	.9272	.8116
2	.2395	.4289	.1471	.5408	.0529	.6640	.9578	.7974
3	.2567	.4375	.1682	.5435	.0778	.6597	.9864	.7855
4	.2728	.4458	.1878	.5464	.1010	.6565	.0131	.7753
5	.2879	.4537	.2063	.5495	.1228	.6540	.0381	.7666
6	.3022	.4514	.2236	.5528	.1432	.6423	.0616	.7591
7	.3157	.4688	.2399	.5562	.1624	.6510	.0836	.7527
8	.3284	.4759	.2553	.5596	.1805	.6503	.1044	.7473
9	.3405	.4828	.2699	.5631	.1976	.6499	.1241	.7426
0	.3520	.4894	.2837	.5666	.2138	.6498	.1426	.7386
1	.3630	.4957	.2969	.5701	.2292	.6500	.1602	.7352
2	.3734	.5019	.3093	.5736	.2437	.6511	.1769	.7323
3	.3834	.5078	.3212	.5770	.2576	.6519	.1769	.7298
4	.3929	.5136	.3325	.5805	.2707	.6528	.1927	.7277

Lampiran 12

Tabel uji F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97

Lampiran 13

Tabel uji t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262



Lampiran 14  
Dokumentasi Toko Busana Lj Collection Pasar Raya Padang

