

## **BAB 4**

### **ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini berisi analisis dari subjek penelitian dari penelitian ini, yaitu Bintang Tunggal Aquarium dan penjelasan dari hasil kuesioner atau jawaban responden. Analisis dilakukan terhadap karakteristik responden dan hasil uji statistik, yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Analisis dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 26 untuk melakukan uji-uji statistik dan data dari hasil masing-masing uji tersebut akan dipetakan ke dalam tabel ataupun gambar untuk memperlihatkan hasil secara jelas dan terperinci.

#### 4.1. Profil Bintang Tunggal Aquarium

Bintang Tunggal Aquarium merupakan sebuah bisnis lokal yang bergerak dalam industri perikanan dan berlokasi di Jl. Pejagalan I Jl. Terate Gg. 5 No.10, RW.8, Pekojan, Kec. Tambora, Kota Jakarta Barat. Bintang Tunggal Aquarium berdiri sejak awal tahun 2020 tepatnya bulan Maret 2020, beriringan dengan munculnya pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 sendiri merupakan alasan dari awal terbentuknya Bintang Tunggal Aquarium. Pada saat pandemi Covid-19, pemilik Bintang Tunggal Aquarium melihat adanya peluang pasar dalam industri ikan hias sehingga muncul ide untuk membangun toko ikan hias yang diberi nama Bintang Tunggal Aquarium. Pada awal mendirikan Bintang Tunggal Aquarium, Bintang Tunggal Aquarium hanya fokus menjual satu jenis ikan hias yaitu, ikan Arwana saja, namun dengan semakin banyaknya permintaan pembeli Bintang Tunggal Aquarium, Bintang Tunggal Aquarium mulai memperbanyak dan memperluas produk yang dijualnya. Bermula hanya dari 1 jenis ikan hias, hingga kini Bintang Tunggal Aquarium dapat menjual berbagai jenis ikan hias serta macam-macam peralatan aquarium, obat dan pakan ikan hias yang bervariasi yang dapat menjadi pilihan produk yang dapat dibeli oleh konsumen di Bintang Tunggal Aquarium.

Jenis ikan hias yang kini ditawarkan Bintang Tunggal Aquarium yaitu, ikan Arwana, ikan predator dan ikan *tankmate*. Masing-masing dari jenis ikan yang ditawarkan terdiri dari beragam jenis dan ukuran. Jenis ikan Arwana yang

ada di Bintang Tunggal Aquarium antara lain, ikan Arwana Super Red, ikan Arwana Crossback 24k, ikan Arwana Golden Red, ikan Arwana Silver Albino, ikan Arwana Banjar Red dan lainnya. Jenis ikan predator seperti, ikan Peacock Bass, ikan Oscar, ikan Pari, ikan Dartz dan lainnya. Jenis ikan *tankmate* juga beragam, seperti ikan Botia, ikan Pink Tail, ikan Kaviat, ikan Feifeng, ikan Sapu-Sapu, ikan Motoro, ikan Synodontis dan lainnya. Peralatan aquarium yang ditawarkan yaitu, lampu LED aquarium, lampu *tanning* ikan Arwana, filter aquarium, Aerator, termometer, *heater* dan masih banyak lagi. Pakan ikan yang ditawarkan yaitu, cacing beku, udang beku, ikan cere dan lainnya. Obat ikan yang ditawarkan yaitu, garam *crystal* dan obat-obat bebas (generik) lainnya. Hingga kini, Bintang Tunggal Aquarium tetap fokus dan konsisten dalam memilih dan menawarkan produk dengan kualitas terbaik kepada pelanggannya.

Bintang Tunggal Aquarium merupakan usaha dengan model penjualan berupa B2C dan B2B yang berarti, Bintang Tunggal Aquarium menjual produknya langsung kepada konsumen maupun penjual ikan hias. Berikut merupakan tabel data penjualan Bintang Tunggal Aquarium pada periode tahun 2021:

Tabel 4.1. Data Penjualan Kotor Bintang Tunggal Aquarium 2021

Bulan	Penjualan Kotor
Januari	Rp 129.500.000,00
Februari	Rp 158.900.000,00
Maret	Rp 145.600.000,00
April	Rp 192.150.000,00
Mei	Rp 208.350.000,00
Juni	Rp 225.200.000,00
Juli	Rp 269.050.000,00
Agustus	Rp 227.500.000,00
September	Rp 259.850.000,00

Oktober	Rp 240.700.000,00
November	Rp 326.450.000,00
Desember	Rp 365.500.000,00

(Sumber: Data Bintang Tunggal Aquarium, 2022)

#### 4.1.1. Strategi Pemasaran Bintang Tunggal Aquarium

Produk Bintang Tunggal Aquarium ditargetkan kepada seluruh kalangan masyarakat yang memiliki hobi atau minat dalam memelihara ikan hias, baik wanita maupun laki-laki dengan rentang usia 20-50 tahun dan dengan fokus pemasaran kepada kalangan milenial berusia 20-40 tahun. Saat ini Bintang Tunggal Aquarium memasarkan produknya di berbagai *channel* penjualan baik secara *online* melalui e-commerce serta secara *offline* melalui *showroom* Bintang Tunggal Aquarium. Bintang Tunggal Aquarium memfokuskan penjualan secara *online* sehingga dapat melayani seluruh masyarakat di Indonesia.

Bintang Tunggal Aquarium memfokuskan pemasaran secara *online* sehingga strategi pemasaran yang dijalankan juga banyak dilakukan pada media *online* seperti aktif menggunakan media sosial Bintang Tunggal Aquarium setiap hari, memasarkan produk baru setiap hari via WhatsApp, bekerjasama dengan *youtuber* untuk membantu memasarkan produk pada platform Instagram dan Youtube, memasang iklan pada Instagram, Facebook dan lainnya.

#### 4.1.2. Bauran Pemasaran yang Diterapkan Bintang Tunggal Aquarium

##### A. Produk

Produk yang dijual oleh Bintang Tunggal Aquarium terdiri dari berbagai jenis macam produk dan produk disortir terlebih dahulu sebelum dijual ke konsumen sehingga kualitasnya terjamin. Produk yang ditawarkan Bintang Tunggal Aquarium dapat diminati oleh seluruh *gender*, baik pria maupun wanita. Bintang Tunggal Aquarium sangat mementingkan kualitas dalam produk yang dijual, baik dari ikan hias hingga pakan ikan. Setiap ikan hias yang masuk akan disortir terlebih

dahulu sehingga konsumen tidak akan kecewa dengan kualitas ikan hias yang dijual oleh Bintang Tunggal Aquarium. Begitupun dengan kualitas peralatan aquarium, seperti contohnya lampu *tanning* untuk ikan Arwana juga di cek terlebih dahulu sebelum dijual ke konsumen. Untuk produk obat ikan juga di cek masa kadaluarsanya dan obat ikan yang dijual juga merupakan obat ikan dengan kualitas premium. Untuk produk pakan ikan juga selalu di cek kualitasnya, seperti contohnya pakan udang beku, Bintang Tunggal Aquarium selalu memastikan kondisi udang beku tersebut dalam keadaan yang *fresh*.

Tabel 4.2. Produk Bintang Tunggal Aquarium

No.	Produk
1.	Ikan Hias
2.	Peralatan Aquarium
3.	Obat Ikan
4.	Pakan Ikan

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

## B. Harga

Dari aspek harga, harga yang ditawarkan Bintang Tunggal Aquarium mengikuti harga pasaran dan kualitas produk yang dijual namun tetap kompetitif dengan para kompetitor dikarenakan Bintang Tunggal Aquarium mengambil produk dari *firsthand* (*farm* ikan hias) maka Bintang Tunggal Aquarium bisa mendapatkan harga modal lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Kemudian untuk pembelian dengan jumlah banyak, Bintang Tunggal Aquarium juga memberikan harga khusus sehingga konsumen dapat mendapatkan harga yang lebih murah.

Tabel 4.3. Harga yang ditawarkan Bintang Tunggal Aquarium

No.	Produk	Kisaran Harga
1.	Ikan Hias	Rp 25.000,00 - Rp 25.000.000,00
2.	Peralatan Aquarium	Rp 750.000,00 - Rp 2.500.000,00
3.	Obat Ikan	Rp 2.780,00 - Rp 5.000,00
4.	Pakan Ikan	Rp 5.000,00 - Rp 49.000,00

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

### C. Lokasi

Dari segi tempat, Bintang Tunggal Aquarium berjualan via *online* dan *offline*. Lokasi *showroom* Bintang Tunggal Aquarium terdapat di Google Maps sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi *showroom* Bintang Tunggal Aquarium. Biasanya konsumen pertama kali akan datang ke *showroom* untuk melihat ikan secara langsung dan selanjutnya akan melakukan pembelian via *online*. Saluran distribusi yang digunakan Bintang Tunggal Aquarium adalah dengan menggunakan kurir pribadi, jasa kurir ataupun langsung menyalurkan ke konsumen secara pribadi.

### D. Promosi

Dari segi promosi, Bintang Tunggal Aquarium melakukan promosi dengan aktif berjualan di media sosial, seperti Instagram, Facebook dan WhatsApp. Bintang Tunggal Aquarium juga melakukan promosi di Youtube dengan melakukan kolaborasi dengan akun *youtuber* yang membuat konten seputar perikanan untuk menargetkan pasar yang sesuai dengan target pasar Bintang Tunggal Aquarium. Promosi lainnya yang dilakukan oleh Bintang Tunggal Aquarium adalah memberikan *discount* produk/ ongkir dan *free* ikan *tankmate* jika mencapai minimum pembelian tertentu. Bintang Tunggal Aquarium memberikan rasa aman bagi konsumennya dengan memberikan garansi hidup sampai tujuan pada produk ikan dan juga garansi produk lainnya. Bintang Tunggal Aquarium

juga memberikan kemudahan bagi konsumennya dengan memberikan opsi sistem pembayaran yang bervariasi, seperti cicilan via Tokopedia.

## 4.2. Model Pengukuran Data

### 4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas dipakai guna melihat kemampuan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengukur secara akurat sehingga pantas dipakai sebagai alat pengumpulan data. Setelah data hasil kuesioner terkumpul, peneliti melakukan uji validitas data dengan menggunakan SPSS Statistics 26. Keputusan hasil uji validitas dilihat dari nilai r hitung dan r tabel, *valid* jika nilai r hitung < r tabel. Nilai r tabel adalah 0,254, diambil dari tabel r *Product Moment* berdasarkan jumlah responden yaitu 60 orang atau  $n = 60$ .

#### 4.2.1.1. Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran

Uji validitas dilakukan dengan SPSS Statistics 26 dengan Uji *Pearson Product Moment*. Item pernyataan akan dikatakan *valid* jika nilai r hitung > nilai r tabel. Dengan total responden sebesar 60 ( $N=60$ ) dan tarif signifikansi 0,05, maka ditemukan bahwa nilai r tabel adalah 0,254. Maka pernyataan akan dinyatakan *valid* ketika nilai r hitung di atas 0,254. Berikut ini merupakan hasil uji validitas variabel bauran pemasaran menggunakan SPSS Statistics 26:

Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran

Variabel Bauran Pemasaran			
No.	Pernyataan	rHitung	rTabel
1	PRODUK01	0,310 ( <i>valid</i> )	0,254
2	PRODUK02	0,328 ( <i>valid</i> )	0,254
3	PRODUK03	0,347 ( <i>valid</i> )	0,254
4	PRODUK04	0,365 ( <i>valid</i> )	0,254

5	PRODUK05	0,403 ( <i>valid</i> )	0,254
6	PRODUK06	0,408 ( <i>valid</i> )	0,254
7	PRODUK07	0,511 ( <i>valid</i> )	0,254
8	PRODUK08	0,386 ( <i>valid</i> )	0,254
9	PRODUK09	0,436 ( <i>valid</i> )	0,254
10	PRODUK10	0,458 ( <i>valid</i> )	0,254
11	PRODUK11	0,338 ( <i>valid</i> )	0,254
12	PRODUK12	0,457 ( <i>valid</i> )	0,254
13	PRODUK13	0,483 ( <i>valid</i> )	0,254
14	PRODUK14	0,302 ( <i>valid</i> )	0,254
15	PRODUK15	0,482 ( <i>valid</i> )	0,254
16	PRODUK16	0,481 ( <i>valid</i> )	0,254
17	PRODUK17	0,516 ( <i>valid</i> )	0,254
18	PRODUK18	0,533 ( <i>valid</i> )	0,254
19	PRODUK19	0,486 ( <i>valid</i> )	0,254
20	PRODUK20	0,407 ( <i>valid</i> )	0,254
21	PRODUK21	0,471 ( <i>valid</i> )	0,254
22	PRODUK22	0,501 ( <i>valid</i> )	0,254
23	PRODUK23	0,533 ( <i>valid</i> )	0,254
24	PRODUK24	0,425 ( <i>valid</i> )	0,254
25	PRODUK25	0,364 ( <i>valid</i> )	0,254
26	PRODUK26	0,332 ( <i>valid</i> )	0,254
27	HARGA01	0,377 ( <i>valid</i> )	0,254
28	HARGA02	0,513 ( <i>valid</i> )	0,254
29	HARGA03	0,743 ( <i>valid</i> )	0,254
30	HARGA04	0,771 ( <i>valid</i> )	0,254
31	HARGA05	0,711 ( <i>valid</i> )	0,254
32	HARGA06	0,715 ( <i>valid</i> )	0,254

33	HARGA07	0,755 ( <i>valid</i> )	0,254
34	HARGA08	0,596 ( <i>valid</i> )	0,254
35	HARGA09	0,612 ( <i>valid</i> )	0,254
36	HARGA10	0,749 ( <i>valid</i> )	0,254
37	HARGA11	0,711 ( <i>valid</i> )	0,254
38	HARGA12	0,606 ( <i>valid</i> )	0,254
39	HARGA13	0,716 ( <i>valid</i> )	0,254
40	HARGA14	0,729 ( <i>valid</i> )	0,254
41	HARGA15	0,702 ( <i>valid</i> )	0,254
42	HARGA16	0,623 ( <i>valid</i> )	0,254
43	PROMOSI01	0,585 ( <i>valid</i> )	0,254
44	PROMOSI02	0,462 ( <i>valid</i> )	0,254
45	PROMOSI03	0,521 ( <i>valid</i> )	0,254
46	PROMOSI04	0,637 ( <i>valid</i> )	0,254
47	PROMOSI05	0,565 ( <i>valid</i> )	0,254
48	PROMOSI06	0,621 ( <i>valid</i> )	0,254
49	PROMOSI07	0,669 ( <i>valid</i> )	0,254
50	PROMOSI08	0,791 ( <i>valid</i> )	0,254
51	PROMOSI09	0,649 ( <i>valid</i> )	0,254
52	PROMOSI10	0,758 ( <i>valid</i> )	0,254
53	PROMOSI11	0,779 ( <i>valid</i> )	0,254
54	PROMOSI12	0,750 ( <i>valid</i> )	0,254
55	PROMOSI13	0,706 ( <i>valid</i> )	0,254
56	PROMOSI14	0,699 ( <i>valid</i> )	0,254
57	TEMPAT01	0,595 ( <i>valid</i> )	0,254
58	TEMPAT02	0,378 ( <i>valid</i> )	0,254
59	TEMPAT03	0,448 ( <i>valid</i> )	0,254
60	TEMPAT04	0,544 ( <i>valid</i> )	0,254



61	TEMPAT05	0,508 ( <i>valid</i> )	0,254
62	TEMPAT06	0,548 ( <i>valid</i> )	0,254
63	TEMPAT07	0,502 ( <i>valid</i> )	0,254
64	TEMPAT08	0,520 ( <i>valid</i> )	0,254
65	TEMPAT09	0,537 ( <i>valid</i> )	0,254
66	TEMPAT10	0,688 ( <i>valid</i> )	0,254

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistics 26, 2022)

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa seluruh 66 pernyataan mengenai bauran pemasaran dikatakan *valid* karena nilai rhitung > nilai rtabel.

#### 4.2.1.2. Hasil Uji Validitas Penjualan

Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Penjualan

Variabel Penjualan			
No.	Item Pernyataan	rHitung	rTabel
1	PENJUALAN01	0,329 ( <i>valid</i> )	0,254
2	PENJUALAN02	0,532 ( <i>valid</i> )	0,254
3	PENJUALAN03	0,571 ( <i>valid</i> )	0,254
4	PENJUALAN04	0,492 ( <i>valid</i> )	0,254
5	PENJUALAN05	0,572 ( <i>valid</i> )	0,254
6	PENJUALAN06	0,624 ( <i>valid</i> )	0,254
7	PENJUALAN07	0,654 ( <i>valid</i> )	0,254
8	PENJUALAN08	0,561 ( <i>valid</i> )	0,254
9	PENJUALAN09	0,597 ( <i>valid</i> )	0,254
10	PENJUALAN10	0,460 ( <i>valid</i> )	0,254
11	PENJUALAN11	0,631 ( <i>valid</i> )	0,254

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistics 26, 2022)

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa seluruh 11 pernyataan mengenai penjualan dikatakan *valid* karena nilai rhitung > nilai rtabel.

#### 4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat konsistensi dari hasil kuesioner yang disebar. Tingkat reliabilitas diukur berdasarkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha*, variabel dinyatakan reliabel jika koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,6, sedangkan jika koefisien *Cronbach's Alpha* ≤ 0,6, maka variabel dinyatakan tidak reliabel.

##### 4.2.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran

Berikut dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas variabel bauran pemasaran menggunakan SPSS Statistics 26:

Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran

No.	Variabel Independen	Alpha	Kesimpulan
1	Produk	0,818	<i>Reliable</i>
2	Harga	0,916	<i>Reliable</i>
3	Promosi	0,900	<i>Reliable</i>
4	Tempat	0,705	<i>Reliable</i>

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistics 26, 2022)

Berdasarkan tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa seluruh 66 pernyataan mengenai bauran pemasaran **reliabel** karena hasil setelah diolah menggunakan SPSS Statistics 26 menghasilkan nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

##### 4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Penjualan

Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penjualan

No.	Variabel Dependen	Alpha	Kesimpulan
1	Penjualan	0,769	<i>Reliable</i>

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistics 26, 2022)

Berdasarkan tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa seluruh 11 pernyataan mengenai penjualan **reliabel** karena hasil setelah diolah menggunakan SPSS Statistics 26 menghasilkan nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

#### 4.3. Analisis Karakteristik Responden

Analisis ini dilakukan guna mengetahui karakter dari *customer* Bintang Tunggal Aquarium sehingga akan memberikan informasi penting mengenai *customer* Bintang Tunggal Aquarium yang dilihat dari sisi demografis. Pertanyaan demografis meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan setiap bulan dari responden. Hasil analisa dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dijelaskan pada berikut ini.

##### 4.3.1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.8. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	53	88,3%
2	Wanita	7	11,7%
Total		60	100%

(Sumber: Hasil Olahan Google Form, 2022)

Berdasarkan tabel 4.8., dilihat dari 60 responden, jumlah responden pria jauh lebih banyak dibandingkan wanita, yaitu sebanyak 53 responden (88,3%) adalah pria dan 7 responden (11,7%) adalah wanita.

##### 4.3.2. Usia Responden

Tabel 4.9. Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	≤20 tahun	1	0,7%

2	21-30 tahun	41	68,3%
3	31-40 tahun	18	30%
4	41-50 tahun	0	0%
5	51-60 tahun	0	0%
Total		60	100%

(Sumber: Hasil Olahan Google Form, 2022)

Berdasarkan tabel 4.9, dari total 60 responden, usia responden didominasi oleh responden berusia 21-30 tahun sebanyak 41 responden (68,3%), kemudian di urutan kedua terdapat responden berusia dibawah 31-40 tahun sebanyak 18 responden (30%) dan dibawah 20 tahun berjumlah 1 responden (0,7%).

#### 4.3.3. Pekerjaan Responden

Tabel 4.10. Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	1	1,65%
2	Mahasiswa	5	1,65%
3	Wirausaha	28	46,7%
4	Karyawan	25	41,7%
5	Lainnya	1	8,3%
Total		60	100%

(Sumber: Hasil Olahan Google Form, 2022)

Berdasarkan tabel 4.10., dari total 60 responden, responden yang bekerja sebagai wirausaha adalah sebanyak 28 responden (46,7%), kemudian responden yang bekerja sebagai karyawan adalah sebanyak 25 responden (41,7%). responden yang berstatus sebagai mahasiswa sebanyak 5 responden (8,3%) dan pelajar berjumlah 1 responden (1,65%) serta pekerjaan lainnya adalah 1 responden (1,65%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pekerjaan konsumen Bintang Tunggal Aquarium didominasi oleh profesi wirausaha.

#### 4.3.4. Pendapatan per Bulan Responden

Tabel 4.11. Pendapatan per Bulan Responden

No.	Pendapatan per Bulan	Jumlah	Persentase
1	<Rp.5.000.000,00	8	13,3%
2	Rp.5.000.000,00 - Rp.10.000.000,00	8	13,3%
3	Rp.11.000.000,00 - Rp.20.000.000,00	18	30%
4	Rp.21.000.000,00 - Rp.30.000.000,00	16	26,7%
5	>Rp.30.000.000,00	10	16,7%
Total		60	100%

(Sumber: Hasil Olahan Google Form, 2022)

Berdasarkan tabel 4.11., dari total 60 responden, responden yang memiliki pendapatan per bulan < 5 juta rupiah berjumlah 8 orang (13,3%), pendapatan per bulan 5 juta rupiah - 10 juta rupiah sebanyak 8 orang (13,3%), pendapatan per bulan 11 juta rupiah - 20 juta rupiah sebanyak 18 orang (30%), pendapatan per bulan 21 juta rupiah - 30 juta rupiah sebanyak 16 responden (26,7%) dan pendapatan per bulan > 30 juta rupiah berjumlah 10 orang (16,7%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan per bulan konsumen Bintang Tunggal Aquarium didominasi oleh responden dengan pendapatan rentang 11 juta rupiah - 20 juta rupiah.

#### 4.4. Analisis Deskriptif Nilai Rata-Rata Konsumen Bintang Tunggal Aquarium

Dalam sub-bab analisis deskriptif akan dibahas nilai rata-rata dari masing-masing atribut variabel. Dibawah ini merupakan tabel hasil nilai rata-rata konsumen Bintang Tunggal Aquarium dalam menjawab kuesioner pada variabel produk:

Tabel 4.12. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden terhadap Variabel Produk

No.	Atribut	Pernyataan	Nilai Rata-Rata
1	Variasi	Bintang Tunggol Aquarium menyediakan beragam ikan hias.	4,21
2		Bintang Tunggol Aquarium menyediakan berbagai jenis peralatan aquarium.	4,06
3		Bintang Tunggol Aquarium menyediakan berbagai jenis obat ikan.	4,06
4		Bintang Tunggol Aquarium menyediakan berbagai jenis pakan ikan.	4
5	Kualitas	Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual ikan hias dengan kondisi fisik yang sehat	3,96
6		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual peralatan aquarium dengan kualitas yang baik.	3,96
7		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual obat ikan dengan kualitas yang baik.	4,06
8		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual pakan ikan dengan kualitas yang baik.	4,05
9	Desain	Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual ikan hias yang memiliki nilai estetika yang indah.	4,1
10		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual peralatan aquarium dengan desain yang baik.	3,98
11		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual obat ikan dengan desain <i>packaging</i> yang baik.	4,13
12		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual pakan ikan dengan desain <i>packaging</i> yang baik.	4,2
13	Fitur	Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual ikan hias dengan karakteristik yang menarik.	4,28
14		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual peralatan aquarium sesuai dengan spesifikasi aquarium.	4,25
15		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual obat ikan dengan spesifikasi yang baik.	4,23
16		Bintang Tunggol Aquarium selalu menjual pakan ikan dengan kandungan nutrisi yang baik.	4,26

17	Merek	Saya teringat Bintang Tunggal Aquarium jika ingin membeli ikan hias.	4,3
18		Saya teringat Bintang Tunggal Aquarium jika ingin membeli peralatan aquarium.	4,21
19		Saya teringat Bintang Tunggal Aquarium jika ingin membeli obat ikan.	4,2
20		Saya teringat Bintang Tunggal Aquarium jika ingin membeli pakan ikan.	4,26
21	Kemasan	Bintang Tunggal Aquarium selalu menjual ikan hias dengan kualitas packaging baik.	4,26
22		Bintang Tunggal Aquarium selalu menjual peralatan aquarium dengan kualitas packaging baik.	4,15
23		Bintang Tunggal Aquarium selalu menjual obat ikan dengan kualitas packaging baik.	4,21
24		Bintang Tunggal Aquarium selalu menjual pakan ikan dengan kualitas packaging baik.	4,16
25	Pelayanan	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bintang Tunggal Aquarium.	4,3
26		Saya merasa Bintang Tunggal Aquarium memberikan respon layanan yang cepat.	4,33

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata dari hasil kuesioner yang dijawab oleh konsumen Bintang Tunggal Aquarium, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel produk diperoleh oleh atribut pelayanan, sedangkan nilai rata-rata terendah dihasilkan oleh atribut kualitas. Maka, dapat disimpulkan bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium paling puas dengan atribut pelayanan yang diberikan oleh Bintang Tunggal Aquarium dibandingkan dengan atribut lain yang berarti pelayanan yang diberikan oleh Bintang Tunggal Aquarium baik. Kemudian, dapat disimpulkan juga bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium merasa paling kurang puas dengan atribut kualitas produk dibandingkan atribut lainnya yang berarti rata-rata konsumen Bintang Tunggal Aquarium merasa kualitas produk Bintang Tunggal Aquarium kurang baik sehingga Bintang

Tunggal Aquarium dapat melakukan kegiatan pengecekan kualitas produk yang masuk secara lebih mendetail terutama pada produk ikan hias dan peralatan aquarium yang memiliki nilai terendah dibandingkan produk lainnya. Nilai rata-rata dari 26 pernyataan variabel produk adalah 4,17. Hal ini berarti rata-rata responden sangat setuju bahwa produk yang ditawarkan oleh Bintang Tunggal Aquarium memiliki berbagai jenis / variasi, produk Bintang Tunggal Aquarium memiliki kualitas yang baik, produk Bintang Tunggal Aquarium memiliki nilai estetika dan desain yang baik, produk yang ditawarkan oleh Bintang Tunggal Aquarium memiliki karakteristik dan spesifikasi yang baik, konsumen teringat pada Bintang Tunggal Aquarium jika ingin membeli ikan hias, peralatan aquarium, pakan dan obat ikan hias, produk yang ditawarkan oleh Bintang Tunggal Aquarium memiliki kualitas kemasan yang baik dan konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan Bintang Tunggal Aquarium.

Dibawah ini merupakan tabel hasil nilai rata-rata konsumen Bintang Tunggal Aquarium dalam menjawab kuesioner pada variabel harga:

Tabel 4.13. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga

No.	Atribut	Pernyataan	Nilai Rata-Rata
1	Keterjangkauan Harga	Saya merasa harga ikan hias di Bintang Tunggal Aquarium terjangkau	4,11
2		Saya merasa harga peralatan aquarium di Bintang Tunggal Aquarium terjangkau	3,88
3		Saya merasa harga obat ikan di Bintang Tunggal Aquarium terjangkau	3,7
4		Saya merasa harga pakan ikan di Bintang Tunggal Aquarium terjangkau	3,7
5	Harga Sesuai Kualitas Produk	Saya merasa harga ikan hias di Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan kualitasnya.	3,65
6		Saya merasa harga peralatan aquarium di Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan kualitasnya.	3,6



7		Saya merasa harga obat ikan di Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan kualitasnya.	3,71
8		Saya merasa harga pakan ikan di Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan kualitasnya.	3,68
9	Harga Sesuai Manfaat Produk	Saya merasa harga ikan hias yang dijual di Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	3,71
10		Saya merasa harga peralatan aquarium yang dijual di Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan manfaatnya.	3,66
11		Saya merasa harga obat ikan yang dijual di Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan manfaatnya.	3,58
12		Saya merasa harga pakan ikan yang dijual di Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan manfaatnya.	3,51
13	Daya Saing Harga	Saya merasa harga ikan hias yang dijual di Bintang Tunggal Aquarium lebih terjangkau dibandingkan kompetitor	3,68
14		Saya merasa harga peralatan aquarium yang dijual di Bintang Tunggal Aquarium lebih terjangkau dibandingkan kompetitor	3,58
15		Saya merasa harga obat ikan yang dijual di Bintang Tunggal Aquarium lebih terjangkau dibandingkan kompetitor	3,71
16		Saya merasa harga pakan ikan yang dijual di Bintang Tunggal Aquarium lebih terjangkau dibandingkan kompetitor	3,9

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata dari hasil kuesioner yang dijawab oleh konsumen Bintang Tunggal Aquarium, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel harga diperoleh oleh atribut keterjangkauan harga, sedangkan nilai rata-rata terendah dihasilkan oleh atribut kesesuaian harga dengan manfaat produk. Maka, dapat disimpulkan bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium paling puas dengan atribut keterjangkauan harga dibandingkan dengan atribut lainnya yang berarti harga masing-masing produk Bintang Tunggal Aquarium terjangkau. Kemudian, dapat disimpulkan juga bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium merasa paling kurang puas dengan atribut kesesuaian harga dengan manfaat produk dibandingkan atribut lainnya yang berarti rata-rata konsumen

Bintang Tunggal Aquarium merasa harga produk yang ditawarkan oleh Bintang Tunggal Aquarium tidak sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produk-produk itu sendiri sehingga Bintang Tunggal Aquarium dapat menyesuaikan harga dengan manfaat produk yang ditawarkan dengan melakukan riset pasar terhadap kompetitor atau meminta *feedback* dari konsumen, menawarkan produk yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, melakukan pengecekan kembali terhadap produk-produknya terutama terhadap produk peralatan aquarium dikarenakan produk tersebut memiliki nilai rata-rata terendah dibandingkan produk lainnya. Nilai rata-rata dari 16 pernyataan variabel harga adalah sebesar 3,71. Hal ini berarti rata-rata responden setuju bahwa harga yang ditawarkan Bintang Tunggal Aquarium terjangkau, harga yang ditawarkan Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan kualitas produk, harga yang ditawarkan Bintang Tunggal Aquarium sesuai dengan manfaat produk dan harga yang ditawarkan Bintang Tunggal Aquarium memiliki daya saing.

Dibawah ini merupakan tabel hasil nilai rata-rata konsumen Bintang Tunggal Aquarium dalam menjawab kuesioner pada variabel promosi:

Tabel 4.14. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi

No.	Atribut	Pernyataan	Nilai Rata-Rata
1	Media Promosi	Saya mengetahui Bintang Tunggal Aquarium melalui media sosial seperti Facebook, Instagram ataupun Youtube.	4,46
2		Saya mengetahui Bintang Tunggal Aquarium melalui perbincangan orang lain (word of mouth)	4,11
3	Kreativitas Promosi	Bintang Tunggal Aquarium sering memberikan promosi yang menarik	4,18
4		Bintang Tunggal Aquarium sering mempromosikan produk baru di sosial medianya	4,23
5		Saya merasa promosi yang dilakukan oleh Bintang Tunggal Aquarium memberikan informasi yang jelas.	4,16

6		Promosi yang dilakukan oleh Bintang Tunggal Aquarium berhasil membujuk saya untuk membeli produk Bintang Tunggal Aquarium.	4,18
7	Diferensiasi Promosi	Bintang Tunggal Aquarium melakukan pendekatan secara personal dengan konsumen	4,2
8		Promo buy 1 get 1 free yang diberikan oleh Bintang Tunggal Aquarium membuat saya tertarik untuk membeli	4,26
9		Bintang Tunggal Aquarium selalu menawarkan produk-produk baru membuat saya tertarik untuk membeli	4,25
10		Promosi yang dilakukan oleh Bintang Tunggal Aquarium berbeda dengan kompetitor	4,03
11		Bonus Merchandise yang diberikan oleh Bintang Tunggal Aquarium membuat saya tertarik untuk membeli	4,16
12	Kualitas Tenaga Pemasar	Karyawan Bintang Tunggal Aquarium dapat menjelaskan produk dengan baik	4,2
13		Karyawan Bintang Tunggal Aquarium ramah dan sopan	4,31
14		Bintang Tunggal Aquarium memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen	4,38

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata dari hasil kuesioner yang dijawab oleh konsumen Bintang Tunggal Aquarium, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel promosi diperoleh oleh atribut kualitas tenaga pemasar, sedangkan nilai rata-rata terendah dihasilkan oleh atribut diferensiasi promosi. Maka, dapat disimpulkan bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium paling puas dengan atribut kualitas tenaga pemasar dibandingkan dengan atribut lainnya yang berarti rata-rata konsumen Bintang Tunggal Aquarium merasa tenaga pemasar Bintang Tunggal Aquarium dapat menjelaskan produk dengan baik, ramah dan sopan serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Kemudian, dapat disimpulkan juga bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium merasa paling kurang puas dengan atribut diferensiasi promosi dibandingkan atribut lainnya sehingga Bintang Tunggal Aquarium dapat meningkatkan kembali kegiatan promosi seperti melakukan promosi yang berbeda dari kompetitor

dengan memberikan tawaran promosi yang menarik seperti bonus-bonus atau diskon promosi lainnya. Nilai rata-rata dari 14 pernyataan variabel promosi adalah sebesar 4,22. Maka berarti rata-rata responden sangat setuju bahwa media promosi yang dilakukan oleh Bintang Tunggal Aquarium baik, Bintang Tunggal Aquarium sering memberikan promosi yang menarik, Bintang Tunggal Aquarium aktif mempromosikan produk baru di media sosial, promosi yang dilakukan Bintang Tunggal Aquarium menarik, jelas dan mampu membujuk konsumen untuk membeli, promosi yang dilakukan Bintang Tunggal Aquarium menarik konsumen untuk membeli dan karyawan Bintang Tunggal Aquarium dapat menjelaskan produk dengan baik, ramah dan sopan serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Dibawah ini merupakan tabel hasil nilai rata-rata konsumen Bintang Tunggal Aquarium dalam menjawab kuesioner pada variabel tempat:

Tabel 4.15. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden terhadap Variabel Tempat

No.	Atribut	Pernyataan	Nilai Rata-Rata
1	Sistem Transportasi	Lokasi Bintang Tunggal Aquarium strategis dan mudah ditemukan	4,46
2		Lokasi Bintang Tunggal Aquarium mudah diakses dengan kendaraan	4,33
3		Lokasi Bintang Tunggal Aquarium mudah diakses dengan transportasi umum	4,53
4		Saya membeli produk Bintang Tunggal Aquarium langsung di tokonya	4,75
5		Saya membeli produk Bintang Tunggal Aquarium di toko online Bintang Tunggal Aquarium	4,66
6	Ketersediaan Produk	Bintang Tunggal Aquarium selalu memastikan ketersediaan produk jika ada pesanan	4,45
7		Bintang Tunggal Aquarium selalu memiliki stok produk yang memadai	4,3

8	Waktu Penantian	Pengiriman produk dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen	4,63
9		Proses pengemasan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen	4,55
10		Proses mengantri di toko cepat	4,33

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata dari hasil kuesioner yang dijawab oleh konsumen Bintang Tunggal Aquarium, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel tempat diperoleh oleh atribut sistem transportasi, sedangkan nilai rata-rata terendah dihasilkan oleh atribut kesesuaian harga dengan ketersediaan produk. Maka, dapat disimpulkan bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium paling puas dengan atribut sistem transportasi dibandingkan dengan atribut lainnya dan konsumen Bintang Tunggal Aquarium paling kurang puas dengan atribut ketersediaan produk sehingga Bintang Tunggal Aquarium dapat selalu memastikan ketersediaan stok produk dan selalu memiliki stok produk yang memadai sehingga Bintang Tunggal Aquarium dapat selalu memenuhi kebutuhan konsumen yang berujung dapat meningkatkan penjualan Bintang Tunggal Aquarium. Nilai rata-rata dari 10 pernyataan variabel tempat adalah sebesar 4,50. Maka berarti rata-rata responden sangat setuju bahwa lokasi Bintang Tunggal Aquarium strategis dan mudah ditemukan, lokasi Bintang Tunggal Aquarium mudah diakses dengan kendaraan dan konsumen membeli produk Bintang Tunggal Aquarium baik secara *offline* maupun *online*. Bintang Tunggal Aquarium selalu memastikan ketersediaan stok dan Bintang Tunggal Aquarium memiliki stok produk yang memadai, proses pengemasan dan pengiriman produk cepat dan sesuai dengan pesanan dan proses mengantri di toko cepat.

Dibawah ini merupakan tabel hasil nilai rata-rata konsumen Bintang Tunggal Aquarium dalam menjawab kuesioner pada variabel penjualan:

Tabel 4.16. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden terhadap Variabel Penjualan

No.	Atribut	Pernyataan	Nilai Rata-Rata
1	Kemampuan Penjual	Karyawan Bintang Tunggal Aquarium memahami jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan	4,56
2		Karyawan Bintang Tunggal Aquarium memahami harga produk	4,65
3		Karyawan Bintang Tunggal Aquarium memahami sistem pembayaran	4,48
4		Karyawan Bintang Tunggal Aquarium memahami sistem pengiriman produk	4,55
5		Karyawan Bintang Tunggal Aquarium memahami sistem garansi yang ditawarkan	4,36
6	Kondisi Pasar	Bintang Tunggal Aquarium menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen	4,51
7		Bintang Tunggal Aquarium menyediakan produk sesuai dengan tren pasar	4,3
8	Modal	Bintang Tunggal Aquarium memiliki alat transportasi yang memadai	4,45
9		Bintang Tunggal Aquarium memiliki showroom yang menarik	4,46
10	Kondisi Organisasi Perusahaan	Bintang Tunggal Aquarium memiliki jumlah karyawan yang cukup	4,46
11		Bintang Tunggal Aquarium dapat merespon keluhan dari konsumen dengan baik	4,63

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata dari hasil kuesioner yang dijawab oleh konsumen Bintang Tunggal Aquarium, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel penjualan diperoleh oleh atribut kondisi organisasi perusahaan, sedangkan nilai rata-rata terendah dihasilkan oleh atribut kondisi pasar. Maka, dapat disimpulkan bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium paling puas dengan atribut kondisi organisasi perusahaan dibandingkan dengan atribut lainnya

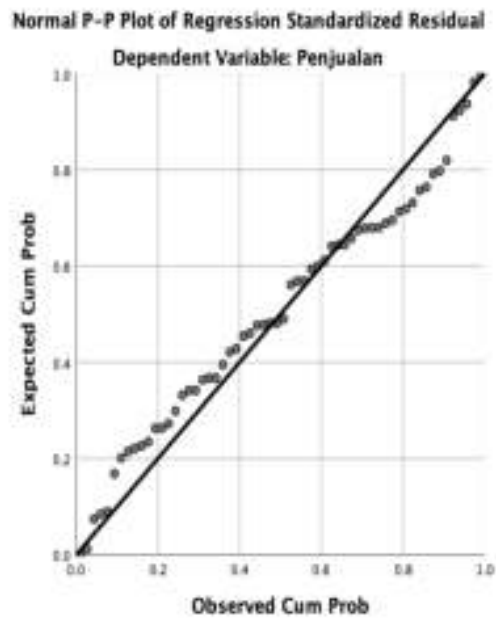
yang berarti konsumen Bintang Tunggal Aquarium sangat setuju dengan pernyataan Bintang Tunggal Aquarium memiliki jumlah karyawan yang cukup dan Bintang Tunggal Aquarium dapat merespon keluhan dari konsumen dengan baik. Kemudian, dapat disimpulkan juga bahwa konsumen Bintang Tunggal Aquarium merasa paling kurang puas dengan atribut kondisi pasar yang berarti konsumen Bintang Tunggal Aquarium merasa Bintang Tunggal Aquarium tidak menyediakan produk sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen dan Bintang Tunggal Aquarium tidak menyediakan produk sesuai dengan tren pasar sehingga Bintang Tunggal Aquarium dapat melakukan *research* yang lebih mendalam terhadap tren yang sedang terjadi di pasar. Nilai rata-rata dari 11 pernyataan variabel penjualan adalah sebesar 4,49. Maka berarti rata-rata responden sangat setuju bahwa karyawan Bintang Tunggal Aquarium memahami jenis dan karakteristik produk, harga produk, sistem pembayaran, sistem pengiriman produk dan sistem garansi produk, Bintang Tunggal Aquarium menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta tren pasar, Bintang Tunggal Aquarium memiliki transportasi yang memadai, Bintang Tunggal Aquarium memiliki *showroom* yang menarik, Bintang Tunggal Aquarium memiliki jumlah karyawan yang cukup dan Bintang Tunggal Aquarium dapat merespon keluhan konsumen dengan baik.

#### 4.5. Uji Asumsi Klasik

##### 4.5.1. Hasil Uji Normalitas

Menurut Mardiatmoko (2020), uji normalitas digunakan untuk melihat kenormalan distribusi yang dimiliki dari model regresi variabel dependen dan variabel independen. Hasil uji normalitas dapat ditentukan oleh grafik Normal Q-Q Plot dan didukung oleh uji *kolmogorov-smirnov*. Berikut dibawah ini merupakan hasil uji normalitas menggunakan SPSS Statistics 26:

Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas



Tabel 4.17. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200
------------------------	------

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan gambar 4.1, terlihat dot-dot membuntuti garis lurus, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Kemudian berdasarkan tabel 4.17., dapat diketahui nilai signifikansi adalah 0,200 dan  $0,200 > 0,05$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa **data berdistribusi normal**.

4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas

Menurut Mardiatmoko (2020), uji multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara suatu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya. Berikut dibawah ini merupakan hasil perhitungan uji multikolinieritas menggunakan SPSS Statistics 26:



Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficientsa

Model		Collinearity Statistics	
1	(Constant)	<i>Tolerance</i>	VIF
	Produk	0,968	1,033
	Harga	0,664	1,505
	Promosi	0,686	1,458
	Tempat	0,933	1,072

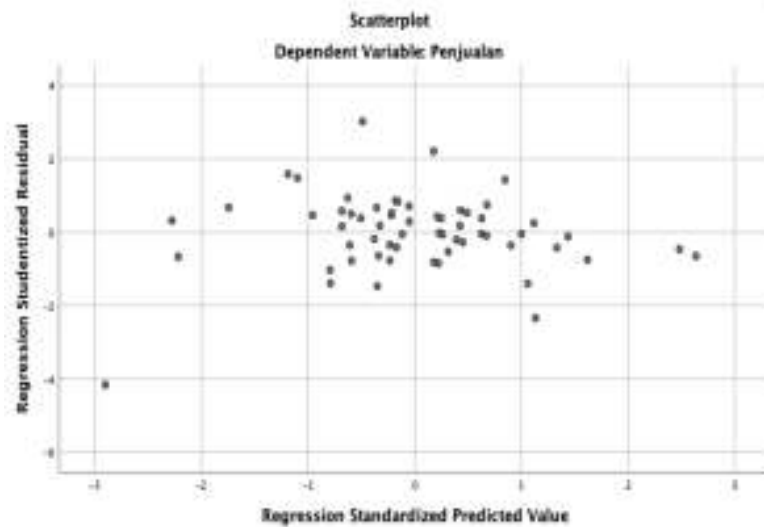
(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan tabel 4.18., didapatkan nilai VIF produk adalah 1,033, harga memiliki nilai VIF sebesar 1,505, promosi memiliki nilai VIF sebesar 1,458, tempat memiliki nilai VIF sebesar 1,072, maka nilai VIF dari seluruh variabel independen dalam penelitian ini <10 dan *tolerance value* dari produk adalah 0,968, *tolerance value* dari harga adalah 0,664, *tolerance value* dari promosi adalah 0,686, *tolerance value* dari tempat adalah 0,933, maka *tolerance value* dari seluruh variabel independen > 0,1 yang berarti dapat disimpulkan bahwa **tidak terjadi gejala multikolinieritas.**

#### 4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Menurut Mardiatmoko (2020), uji heteroskedastisitas berguna untuk mengetahui ragam residual (error) homogen atau tidak dalam suatu model regresi. Berikut dibawah ini merupakan hasil perhitungan uji multikolinieritas menggunakan SPSS Statistics 26:

Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Tabel 4.19. Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Spearman

Correlations

No.	Spearman's rho	Unstandardized Residual
1.	Produk	.691
2.	Harga	.292
3.	Promosi	.071
4.	Tempat	.514

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan tabel 4.19., didapatkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Spearman didapatkan nilai setiap variabel  $> 0,05$ . Artinya, **tidak terjadi gejala heteroskedastisitas..** Maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat dipergunakan untuk mengukur penjualan berdasarkan bauran pemasaran.

#### 4.5.4. Hasil Uji Autokorelasi

Menurut Mardiatmoko (2020), uji autokorelasi digunakan untuk memeriksa antar residual (waktu) berkorelasi atau tidak pada rentang waktu

sebelumnya (periode t dan periode t-1). Suatu model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala autokorelasi jika nilai  $d_u < \text{nilai } d < 4 - \text{nilai } d_u$ . Berikut dibawah ini merupakan hasil uji autokorelasi menggunakan SPSS Statistics 26:

Tabel 4.20. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	Durbin-Watson
1	2,139

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan tabel 4.16., diketahui nilai Durbin-Watson adalah 2,139. Berdasarkan tabel Durbin-Watson dengan nilai  $n = 60$  dan total variabel independen = 4 dengan nilai signifikansi adalah 0.05, maka ditemukan bahwa  $d_l = 1,4443$ ,  $d_u = 1,7274$ ,  $4 - d_u = 2,2726$ . Berdasarkan hasil uji autokorelasi, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,139, angka tersebut  $< \text{nilai } d_u$  dan  $< \text{nilai } 4 - d_u$  ( $1,7274 < 2,139 < 2,2726$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa **tidak terdapat gejala autokorelasi.**

#### 4.6. Uji Hipotesis

##### 4.6.1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berikut dibawah ini merupakan hasil uji regresi berganda dengan program SPSS Statistics 26:

Tabel 4.21. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3,068	6,904

1	Produk	0,103	0,043
	Harga	0,132	0,044
	Promosi	0,158	0,055
	Tempat	0,402	0,108

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan tabel 4.22., terbentuklah persamaan regresi, yaitu:

$$Y = 3,068 + 0,103X_1 + 0,132X_2 + 0,158X_3 + 0,402X_4$$

Keterangan :

Y: Penjualan

X<sub>1</sub>: Produk

X<sub>2</sub>: Harga

X<sub>3</sub>: Promosi

X<sub>4</sub>: Tempat



Penjelasan dari persamaan regresi:

1. Nilai konstanta yaitu 3.068 mengartikan besarnya penjualan jika nilai variabel produk, harga, promosi dan tempat adalah 0.
2. Diketahui nilai variabel produk adalah 0,103, yang berarti jika produk meningkat sebanyak 1%, maka penjualan juga meningkat sebanyak 0,103%.
3. Diketahui nilai variabel harga adalah 0,132, yang berarti jika harga meningkat sebanyak 1%, maka penjualan juga meningkat sebanyak 0,132%.

4. Diketahui nilai variabel promosi adalah 0,158, yang berarti jika promosi meningkat sebanyak 1%, maka penjualan juga meningkat sebanyak 0,158%.
5. Diketahui nilai variabel tempat adalah 0,402, artinya jika variabel tempat meningkat sebanyak 1%, penjualan juga meningkat sebanyak 0,402%.

#### 4.6.2. Hasil Uji F (Simultan)

Berikut dibawah ini merupakan tabel ANOVA hasil uji F dengan SPSS Statistics 26:

Tabel 4.22. Hasil Uji F  
ANOVAa

Model		F
1	Regression	17,667

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan tabel 4.23., diketahui hasil uji f atau nilai  $F_{hitung}$  adalah 17,667. Berdasarkan  $F_{tabel}$ , diambil dari  $df_1 = 5 - 1 = 4$  dan  $df_2 = 60 - 5 = 55$ , sehingga nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,54. Diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  adalah  $17,667 > 2,54$ , yang berarti **variabel bauran pemasaran secara simultan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap penjualan.**

#### 4.6.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berikut dibawah ini merupakan hasil uji koefisien korelasi ( $R^2$ ) menggunakan SPSS Statistics 26:

Tabel 4.23. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	.750a	0,562	0,531

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan tabel 4.24., diketahui nilai  $R^2$  senilai 0,562 atau 56,2%. Hal tersebut mengartikan bahwa variabel bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap penjualan adalah sebesar 56,2% atau variabel independen dapat menerangkan sebesar 56,2% terhadap variabel dependennya. Sedangkan 43,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terkandung dalam penelitian ini.

4.6.4. Hasil Uji *t* Parsial

Berikut dibawah ini merupakan hasil uji *t* menggunakan SPSS Statistics 26:

Tabel 4.24. Hasil Uji *t* Parsial

Coefficientsa

Model	T	Sig.
(Constant)	0,444	0,659
1		
Produk	2,405	0,020
Harga	2,997	0,004

	Promosi	2,853	0,006
	Tempat	3,721	0,000

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2022)

Berdasarkan  $t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi 0,05 dan  $df= 55$ , diperoleh nilai  $t_{tabel}$  adalah 2,00404. Sehingga dari hasil uji  $t$ , dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Produk ( $X_1$ )

Berdasarkan gambar 4.25., didapati nilai thitung variabel produk adalah 2,405 dan nilai sig. adalah 0,020. Sehingga,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,405 > 2,00404$ ) dan nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,020 < 0,05$ ). Hasil uji  $t$  adalah **secara parsial, variabel produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penjualan.**

2. Variabel Harga ( $X_2$ )

Berdasarkan gambar 4.25., didapati nilai thitung variabel harga adalah 2,997 dan nilai sig. adalah 0,004. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,997 > 2,00404$ ) dan nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,004 < 0,05$ ). Hasil uji  $t$  adalah **secara parsial, variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penjualan.**

3. Variabel Promosi ( $X_3$ )

Berdasarkan gambar 4.25., didapati nilai thitung variabel promosi adalah 2,853 dan nilai sig. adalah 0,006. Sehingga,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,853 > 2,00404$ ) dan nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,006 < 0,05$ ). Hasil uji  $t$  adalah **secara parsial, variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penjualan.**

4. Variabel Tempat ( $X_4$ )

Berdasarkan gambar 4.25., didapati nilai  $t_{hitung}$  variabel tempat adalah 3,721 dan nilai sig. adalah 0,000. Sehingga,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,721 > 2,00404$ ) dan nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil uji  $t$  adalah **secara parsial, variabel tempat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penjualan.**

#### 4.7. Pembahasan

##### 4.7.1. Pengaruh Produk Terhadap Penjualan Bintang Tunggal Aquarium

Berdasarkan hasil uji  $t$ , produk memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,405. Nilai  $t_{tabel}$  yang telah dihitung adalah 2,00404 dan  $2,00404 < 2,405$ , maka variabel produk dinyatakan berpengaruh terhadap penjualan Bintang Tunggal Aquarium. Dalam penelitiannya, Irham (2021) dan Musa dkk (2019) mengemukakan bahwa produk berpengaruh positif terhadap penjualan. Penelitian Sriyanti dkk (2022) juga menyatakan bahwa produk secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan. Nilai signifikansi dari variabel produk terhadap penjualan berdasarkan hasil uji  $t$  adalah 0,020.  $0,020 < 0,05$ .

Pada variabel produk, atribut pelayanan adalah atribut dengan nilai rata-rata tertinggi daripada atribut lainnya menurut data hasil nilai rata-rata kuesioner. Hal ini berarti Bintang Tunggal Aquarium harus terus menjaga dan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Soehardi (2021), semakin baik kualitas pelayanan, maka volume penjualan perusahaan dan loyalitas konsumen akan semakin meningkat. Dengan adanya loyalitas pelanggan maka volume penjualan juga akan meningkat. Hasil dari penelitian Soehardi (2021) juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan.

##### 4.7.2. Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Bintang Tunggal Aquarium

Berdasarkan hasil uji  $t$ , variabel harga memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,997. Nilai  $t_{tabel}$  yang telah dihitung adalah 2,00404 dan  $2,00404 < 2,997$ , maka variabel harga dinyatakan berpengaruh terhadap penjualan Bintang Tunggal Aquarium. Dalam penelitiannya, Dewi dkk (2017) dan Sriyanti dkk (2022) menjelaskan bahwa harga



berpengaruh terhadap volume penjualan. Penelitian Musa dkk (2019) juga mengemukakan bahwa harga berpengaruh terhadap penjualan. Nilai signifikansi dari variabel harga terhadap penjualan berdasarkan hasil uji  $t$  adalah 0,004.  $0,004 < 0,05$ .

Pada variabel harga, atribut keterjangkauan harga adalah atribut dengan nilai rata-rata tertinggi daripada atribut lainnya menurut data hasil rata-rata kuesioner. Hal ini berarti Bintang Tunggal Aquarium harus terus menjaga harga yang ditawarkan kepada konsumen agar tetap terasa terjangkau di kantong konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan Bintang Tunggal Aquarium. Menurut Yusra dkk (2020), jika harga yang ditawarkan terjangkau, maka akan semakin besar kemungkinan konsumen akan berkunjung kembali. Sehingga dengan adanya pengunjungan kembali dari konsumen yang mengakibatkan terjadinya pembelian berulang dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

#### 4.7.3. Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Bintang Tunggal Aquarium

Berdasarkan hasil uji  $t$ , variabel promosi memiliki nilai  $t_{hitung}$  2,853. Nilai  $t_{tabel}$  yang telah dihitung adalah 2,00404 dan  $2,00404 < 2,853$ , maka variabel promosi dinyatakan berpengaruh terhadap penjualan Bintang Tunggal Aquarium. Dalam penelitiannya, Sya'diyah dkk (2022), Syam (2022) dan Rasyid dkk (2018) mengungkapkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap volume penjualan. Nilai signifikansi dari variabel promosi terhadap penjualan berdasarkan hasil uji  $t$  adalah  $0,006 < 0,05$ .

Pada variabel promosi, atribut media promosi adalah atribut dengan nilai rata-rata tertinggi daripada atribut lainnya menurut data hasil rata-rata kuesioner. Hal ini berarti Bintang Tunggal Aquarium harus terus menjaga cara promosi dan media promosi yang digunakan sehingga konsumen akan tetap mengingat Bintang Tunggal Aquarium dan dapat meningkatkan penjualan Bintang Tunggal Aquarium. Menurut Puspitarini dkk (2019), terdapat keuntungan jika melakukan promosi di media sosial dalam, perusahaan bisa menginformasikan sesuatu pada pembeli dengan biaya, waktu dan tenaga yang sedikit dibandingkan jika secara langsung. juga mengatakan jika mempunyai toko offline, tetap diperlukan adanya

media *online* yang mendukung, karena media *online* memberikan dampak yang cukup besar terhadap penjualan.

#### 4.7.4. Pengaruh Tempat Terhadap Penjualan Bintang Tunggal Aquarium

Berdasarkan hasil uji  $t$ , variabel tempat memiliki nilai  $t_{hitung}$  3,721. Nilai  $t_{tabel}$  yang telah dihitung adalah 2,00404 dan  $2,00404 < 3,721$ , maka variabel tempat dinyatakan berpengaruh terhadap penjualan Bintang Tunggal Aquarium. Dalam penelitiannya, Nugraha (2019) mengemukakan bahwa variabel tempat berpengaruh nyata terhadap tingkat penjualan. Penelitian lainnya, yaitu penelitian Mastar (2022) dan Ashari dkk (2017) yang mengemukakan bahwa variabel tempat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Nilai signifikansi dari variabel tempat terhadap penjualan berdasarkan hasil uji  $t$  adalah 0,000.  $0,000 < 0,05$ .

Pada variabel tempat, atribut sistem transportasi adalah atribut dengan nilai rata-rata tertinggi daripada atribut lainnya menurut data hasil rata-rata kuesioner. Hal ini berarti Bintang Tunggal Aquarium harus terus mempertahankan dan meningkatkan kenyamanan dari *showroom* Bintang Tunggal Aquarium sehingga konsumen merasa nyaman dan aman melakukan pembelian langsung di *showroom* Bintang Tunggal Aquarium. Konsumen lebih memilih melakukan pembelian secara langsung atau *offline* dengan mendatangi toko karena konsumen dapat melihat dan mengecek produk secara langsung dan tidak tertipu dengan barang yang dijual. Menurut Muna (2019) dalam penelitiannya diketahui bahwa pembelian secara *offline* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian dan keputusan pembelian konsumen. Sehingga dengan adanya minat beli dapat berujung kepada peningkatan penjualan perusahaan.

#### 4.7.5. Pengaruh Bauran Pemasaran Secara Simultan Terhadap Penjualan Bintang Tunggal Aquarium

Berdasarkan hasil uji  $F$ , diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,667 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  dalam penelitian ini adalah 2,54. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bauran pemasaran memiliki pengaruh secara simultan terhadap penjualan

Bintang Tunggal Aquarium. Dalam penelitiannya, Handayani (2022) dan Arisa (2017) menyatakan bahwa variabel bauran pemasaran secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan. Kemudian penelitian Rompas dkk (2017), Sya'diyah dkk (2022) dan Rasyid dkk (2018) juga mengemukakan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan memiliki hubungan yang kuat terhadap volume penjualan.

Dengan dilakukannya uji koefisien determinasi, didapatkan hasil nilai  $R^2$  sebesar 0,562 (56,2%). Hal ini memiliki arti bahwa persentase pengaruh variabel bauran pemasaran terhadap penjualan adalah sebesar 56,2% atau variabel dependen dapat dijelaskan sebesar 56,2% dari variabel independennya. Sementara 43,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hasil penelitian Mastar (2022) menyatakan bila variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap penjualan sebesar 56,4%. Sedangkan sisanya tidak dijelaskan dalam penelitian tersebut.

Pada variabel bauran pemasaran, atribut tempat adalah atribut dengan nilai rata-rata tertinggi daripada atribut lainnya menurut data hasil rata-rata kuesioner. Hal ini berarti Bintang Tunggal Aquarium dapat terus mempertahankan dan meningkatkan variabel-variabel sistem transportasi yang terdiri dari lokasi yang strategis, mudah diakses, media pembelian secara *online* maupun *offline*, dan juga variabel ketersediaan produk yang terdiri dari ketersediaan stok Bintang Tunggal Aquarium dan inisiatif Bintang Tunggal Aquarium dalam memastikan ketersediaan stok, kemudian variabel waktu penantian yang terdiri dari proses pengemasan, pengiriman dan mengantri cepat. Jika dilakukan dengan konsisten, maka diharapkan penjualan Bintang Tunggal Aquarium dapat terus meningkat sehingga Bintang Tunggal Aquarium dapat berkembang.

Pada variabel penjualan, atribut kondisi dan kemampuan penjual adalah atribut dengan nilai rata-rata tertinggi daripada atribut lainnya menurut data hasil rata-rata kuesioner. Hal ini berarti Bintang Tunggal Aquarium dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kemampuan dari karyawan maupun *owner* sehingga konsumen nyaman dalam berbelanja di Bintang Tunggal Aquarium.

Menurut Marwanto (2017:181-182), kemampuan penjual merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penjualan. Setiap produk yang dijual harus dapat dikenal baik oleh penjual, termasuk kelemahan dan keunggulan produk yang dijualnya.

