

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI IKAN SEPAT KERING DI DESA MUNING
BARU KECAMATAN DAHA SELATAN KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN**

Ryan Fadillah¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Ervica Zamilah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 17.31.0557

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1119056501

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1130077601

Email : ryan.fadillah29@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) *People* (orang) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru Kec. Daha Selatan, (2) *Process* (proses) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru Kec. Daha Selatan, (3) *Physical Evidence* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru Kec. Daha Selatan

Rancangan penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kusioner dan wawancara. Dengan menggunakan tehnik sampling incidental. Sampel yang digunakan 40 responden, yang dijadikan responden dalam penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja di Home Industri Ikan Sepat Kering Di Desa Muning Baru. Selanjutnya analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan Analisis Regresi Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) *people* (orang) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru, dalam hal ini sudah sesuai dengan bertindak lebih ramah, simpatik, komunikatif dan dapat memberikan solusi terhadap pemecahan masalah bagi konsumen dalam membeli produk. (2) *Process* (*proses*) tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru, sehingga harus lebih memperhatikan dalam proses transaksi pembayaran dan kejelasan batas waktu pembayaran. (3) *Physical Evidence* (bukti fisik) tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru, hal ini menunjukkan bahwa, tidak sepenuhnya suasana toko yang sejuk, tatanan ruangan dan ketersediaan parkir kendaraan tidak mempengaruhi konsumen untuk berbelanja.

Kata Kunci : *People, Process, Physical Evidence* dan Volume Penjualan

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) People (people) have a significant effect on the sales volume of the Home Industry of Dry Sepat Fish in Muning Baru Village, Kec. Daha Selatan, (2) Process (process) has a significant effect on the sales volume of the Home Industry of Dry Sepat Fish in Muning Baru Village, Kec. Daha Selatan, (3) Physical Evidence (physical evidence) has a significant effect on the sales volume of the Home Industry of Dry Sepat Fish in Muning Baru Village, Kec. Daha Selatan

This research design is a quantitative method. The data used is primary data through questionnaires and interviews. By using incidental sampling technique. The sample used was 40 respondents, who were used as respondents in the study were consumers who had shopped at the Home Industry of Dried Sepat Fish in Muning Baru Village. Furthermore, data analysis was carried out quantitatively with Multiple Regression Analysis.

The results of this study indicate (1) people (people) have a positive and significant effect on Sales Volume at the Home Industry of Sepat Dry Fish in Munging Baru Village, in this case it is appropriate to act more friendly, sympathetic, communicative and can provide solutions to problem solving for consumers in buying products. (2) Process (process) does not affect the Sales Volume at the Home Industry of Fish Dry Sepat in Muning Baru Village, so it must pay more attention to the payment transaction process and the clarity of the payment deadline. (3) Physical evidence (physical evidence) has no effect on Sales Volume at the Home Industry of Sepat Dry Fish in Munging Baru Village, this shows that, not entirely the atmosphere of the store is cool, the arrangement of the room and the availability of vehicle parking does not affect consumers to shop.

Keywords: People, Process, Physical Evidence and Sales Volume.

PENDAHULUAN

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, hanya saja sebagian pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran. Hal ini karena pelaku pemasaran belum pernah belajar atau bahkan belum pernah mendengar kata-kata pemasaran. Justru kejadian seperti ini banyak terjadi di kehidupan masyarakat.

Kegiatan pemasaran saat ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis, istilah pemasaran diartikan dengan beberapa istilah, seperti: penjualan, perdagangan atau distribusi.

Pemasaran adalah merupakan sebuah konsep menyeluruh dari kegiatan penjualan, perdagangan dan distribusi. Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang.

Menurut Kotler (2012:101) bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan suatu perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar. Dikelompokkan dalam empat variabel dikenal dengan 4P yaitu, “produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).” Seiring dengan perkembangan zaman, jumlahnya meluas hingga tujuh yaitu, produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*). Dari tujuh unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya. Namun dalam penelitian ini di fokuskan pada variabel *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik) untuk melihat dan mengukur volume penjualan.

Kegiatan berbisnis ini merupakan kegiatan yang membutuhkan pemahaman yang serius, mulai dari merencanakan apa yang akan diperbuat kemudian pada tahap pelaksanaan dan tahap memonitor ataupun evaluasi dari bisnis yang dijalankan. Dalam menjalankan bisnis, tugas penting pemasar atau *people* adalah dapat menyediakan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat baik konsumen dan pelanggan serta mengemasnya dengan menarik.

Dalam menyediakan kebutuhan masyarakat, terlebih dahulu pemasar dapat melakukan penelitian (riset) pasar. Sehingga produk yang diciptakan dapat diminati dan memberikan manfaat ataupun kepuasan bagi masyarakat.

Salah satu tujuan penerapan *marketing mix* adalah untuk mendorong peningkatan pada pertumbuhan penjualan produk perusahaan. Pertumbuhan yang cepat akan menarik perhatian pelanggan, baik yang lama maupun calon pelanggan, ia mendorong kepercayaan pelanggan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Keyakinan pelanggan mendorong tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi.

Melalui kebijaksanaan pemasaran yang efektif, diharapkan perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan, yang akhirnya meningkatkan laba, yang bermanfaat bagi pengembangan perusahaan. Sejalan dengan itu “perusahaan dengan sendirinya mampu bersaing dalam merebut pasar serta memperluas market share yang akan dikuasai oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017 : 8) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme,

digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional/asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen dan pelanggan Home Industri Ikan Sepat Kering

Penelitian ini menggunakan 4 Variabel (3 independen + 1 dependen) maka jumlah anggota sampel minimal = $10 \times 4 = 40$., maka penelitian menjadi 40 responden.

Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu : variabel *independent* (variabel bebas) dan variabel *dependent* (variabel terikat). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Pengumpulan Data

Kusioner adalah merupakan teknik pengumpulan informasi yang untuk

mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Adapun prosedur dalam metode pengumpulan data ini yaitu, membagikan kusioner tersebut, lalu responden diminta untuk mengisi kusioner pada lembar jawaban yang telah disediakan, lembar kusioner tadi dikumpulkan, diseleksi, diolah serta dianalisis. Kusioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dengan alternatif jawaban responden telah disediakan oleh peneliti, berdasarkan skala likert 5 titik versi asli dari Dr. Rensist Likert dengan angka 1-5 (sangat tidak setuju- sangat setuju).

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur. Untuk mencapai tingkat validitas yang baik, pengukuran menjadi komponen dalam analisis isi. Pengukuran melibatkan proses operasionalisasi yang merupakan sebuah langkah untuk menghubungkan konsep teoritis dengan konsep empiris.

Uji Realibilitas

Reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur reabilitas

adalah uji statistik *Alpha Cronbach* (α). Variabel dikatakan *realibel* jika nilai *Alpha Cronbach* (α) $> 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolonieritas

uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui jika pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, jika terdapat korelasi maka terdapat masalah multi kolinearitas yang harus diatasi. Kriteria dalam uji multikolonieritas adalah jika Uji VIF (*Variance Inflation Factor*) nilainya < 10 , maka artinya tidak ada masalah multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika pengamatan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang *homoskedastisitas*. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* melalui uji Glejser.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui bahwa uji T dan uji F mengasumsikan bahwa nilai *residual* mengikuti distribusi

normal. Uji normalitas dapat dideteksi dengan menggunakan uji *statistic non parametrik Kolmogorov Smirnov* (K-S). Melihat nilai *Test Statistic Kolmogorov Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5%. Apabila adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antar hubungan pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t -1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk mengetahui adanya autokorelasi pada model regresi dapat dilakukan dengan cara uji Durbin-Watson (DW test).

Analisis Regresi

1. Regresi linear berganda adalah merupakan regresi linear untuk pengujian lebih dari dua variabel bebas (independent). Dalam analisis regresi, selain menunjukkan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel terikat (dependent) dan variabel bebas (independent).
2. Koefisien determinasi (R^2) adalah menjelaskan seberapa besar peranan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Dalam regresi linear ganda koefisien determinasi merupakan

sumbangan/kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, semakin mendekati angka 1 persamaan garis regresi adalah semakin baik. Dikatakan tidak baik jika semakin mendekati nilai 0.

3. Uji Statistik F, Uji ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka secara bersama sama variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak signifikan, dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5%.
4. Uji T pada menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi-variabel terikat. Tujuan dari uji T adalah bertujuan untuk menguji koefisien regresi secara individual. Nilai T tabel yang diperoleh dibandingkan dengan nilai t_{hitung} , bila $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Begitu pun sebaliknya jika $t_{hitung} <$ t_{tabel} maka H_0 diterima, dengan kesimpulan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constan)		
People (X_1)	,845	1,066
proses (X_2)	,823	1,067
Physical Evidence (X_3)	,966	1,003

Sumber : Output SPSS 2021

hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa:

- 1) Variabel people (X_1) nilai tolerance $0,845 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1,066 < 10$ berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas.
- 2) Variabel process (X_2) dengan nilai tolerance $0,823 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1,067 < 10$ berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas.
- 3) Variabel physical evidence (X_3) dengan nilai tolerance $0,966 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1,003 < 10$ berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Seluruh variabel independen tidak saling berkorelasi, maka variabel-variabel independen ini orthogonal

Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Glejser

Model		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	(Constant)		4,819	,000
1	X_1	,588	4,066	,000
	X_2	-,021	-,143	,887
	X_3	-,153	-1,132	,265

Sumber : Output SPSS 2021

Berdasarkan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dibawah dari signifikan 0,05, sedangkan variabel X_2 , X_3 di atas lebih besar dari signifikan 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada satu variabel yang terdapat gejala Heteroskedastisitas dan varibael lainnya tidak tedapat gelaja Heteroskedastisitas

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X_1	X_2	X_3	Y
N		40	40	40	40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19,58	19,93	15,10	20,48
	Std. Deviation	4,101	2,850	4,069	2,855
Most Extreme Differences	Absolute	,186	,148	,160	,148
	Positive	,115	,108	,160	,084
	Negative	-,186	-,148	-,111	-,148
Kolmogorov-Smirnov Z		1,176	,934	1,011	,936
Asymp. Sig. (2-tailed)		,126	,347	,259	,345

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil dari uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa semua data terdistribusi secara normal, seluruh nilai variabel pada tabel 4.19 menunjukan angka diatas signifikan 5%, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary b			
Model	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,604 ^a	2,369	1,548

Sumber : Output SPSS 2021

menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,548 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 40 (n) dan jumlah variabel independen 3 (k=3),

K=3		
N	D1	Du
40	13.384	16.589

Sumber : Output SPSS 2021

Berdasarkan tersebut nilai du = 16.589, disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif (berdasarkan tabel keputusan) atau dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji Determinasi (R^2)

Hasil Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,604 ^a	,364	,311	2,369

a. Predictors: (Constant), X_3 , X_1 , X_2

Sumber : Output SPSS 2021

Berdasarkan besarnya Adjusted R Square adalah 0,311, hal ini berarti 31,1% variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan dari ketiga variabel *people*, *process*, dan *physical evidence*, sedangkan sisanya (100% - 31,1% = 68,9%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar variabel yang diteliti.

Uji Simultan (F)

Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	115,863	3	38,621	6,879	,001 ^b
Residual	202,112	36	5,614		
Total	317,975	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Output SPSS 2021

Berdasarkan dari uji ANOVA atau Uji f dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 21 dihasilkan nilai F_{hitung} sebesar 6,879 nilai ini lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2.86 atau $F_{hitung} 6,879 > F_{tabel} 2.86$ dengan probabilitas 0,001. Karena nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi volume penjualan dapat dikatakan bahwa ketiga variabel *people* (orang), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik), secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan.

Uji t (Uji Parsial)

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	14,501	3,009		4,819	,000
X ₁	,409	,101	,588	4,066	,000
X ₂	-,021	,147	-,021	-,143	,887
X ₃	-,107	,095	-,153	-1,132	,265

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS 2021

hasil perhitungan variabel bebas dapat disusun dalam suatu model berikut :

$$Y = 14,501 + 0,409X_1 + 0,021X_2 - 0,107X_3$$

Keterangan:

Y = volume penjualan

X₁ = *people*

X₂ = *proses*

X₃ = *physical evidence*

Y = Volume Penjualan

Berdasarkan hasil output SPSS hasil uji t (parsial) untuk ketiga variabel dapat diinprestasikan sebagai berikut :

- 1) Variabel *people* menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , ($4,066 > 1.683$), atau sig, $<\alpha$ ($0,000 < 0.05$), berarti variabel *people* berpengaruh dan signifikan terhadap volume penjualan Home Industri Ikan Sepat Kering, dengan demikian hipotesis pertama diterima.
- 2) Variabel *process* menunjukkan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , ($-0,143 > 1.683$), atau sig $<\alpha$ ($0,887 < 0.05$), berarti variabel *process* tidak berpengaruh terhadap volume penjualan Home Industri Ikan Sepat Kering, dengan demikian hipotesis kedua ditolak.
- 3) Variabel *Physical evidence* menunjukkan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , ($-1,132 < 1.683$), atau sig, $<\alpha$ ($0,265 < 0.05$), berarti variabel *Physical evidence* tidak berpengaruh, dan negatif terhadap volume penjualan di Home

Industri Ikan Sepat Kering, dengan demikian hipotesis ketiga ditolak.

Pembahasan

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian pada persamaan pertama menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara *people*, *process*, dan *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini ditunjukkan dengan uji ANOVA atau Uji F didapat nilai F_{hitung} sebesar 6,879 nilai ini lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2.86 atau $F_{hitung} 6,879 > F_{tabel} 2.86$ dengan probabilitas 0,001. Karena nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi volume penjualan dapat dikatakan bahwa ketiga variabel *people* (orang), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik), secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Pengujian variabel *people*, *process* dan *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Uji-T digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi $t < \alpha 0,05$ maka hipotesis yang menyatakan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel diterima. Dalam penelitian ini dilakukan uji regresi parsial dengan uji-t sebagai berikut:

1) *People* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan

Hipotesis penelitian yang di uji adalah:

H1: *people* (orang) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan secara parsial.

Berdasarkan output SPSS, X_1 (*people*) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,409. Hal ini berarti bahwa jika terjadi pada penyebab *people* maka volume penjualan juga akan mengalami peningkatan sebesar variabel pengalinya 0,409 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan, dengan nilai konstan konstan atau $X=0$, maka volume penjualan sebesar 14,501. Hasil penelitian dari hasil uji secara parsial pada persamaan pertama menunjukkan bahwa *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru. Hal ini dilihat dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , ($4,066 > 1.683$), atau $sig, < \alpha (0,000 < 0.05)$, berarti variabel *people* berpengaruh dan signifikan terhadap volume penjualan Home Industri Ikan Sepat Kering, dengan demikian hipotesis pertama diterima.

2) *Proses* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan

Hipotesis penelitian yang di uji adalah:

H2: *process* (proses) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan secara parsial.

Berdasarkan output SPSS, X^2 *process* (proses) menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,021. Hal ini berarti bahwa jika terjadi penyebab variabel *process*, maka volume penjualan akan mengalami penurunan sebesar variabel pengalinya -0,021 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan. Hasil penelitian secara parsial pada persamaan kedua menunjukkan bahwa *process* (proses) tidak berpengaruh terhadap volume penjualan Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru. Hal ini menunjukkan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , ($-0,143 > 1.683$), atau $sig < \alpha$ ($0,887 < 0.05$), berarti variabel *process* tidak berpengaruh terhadap volume penjualan Home Industri Ikan Sepat Kering, dengan demikian hipotesis kedua ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa cepat tidaknya *process* transaksi pada Home Industri Ikan Sepat Kering tidak menjadi pertimbangan konsumen untuk berbelanja, melainkan karena kebutuhan.

3) ***Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan**

Hipotesis penelitian yang di uji adalah:

H3: *physical evidence* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan secara parsial.

Berdasarkan output SPSS, X^3 (*physical evidence*) menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,107 Hal ini berarti bahwa jika tidak terjadi penyebab *physical evidence* maka volume penjualan akan mengalami penurunan sebesar variabel pengalinya -0,107 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan. Hasil penelitian pada persamaan ketiga menunjukkan bahwa *physical evidence* tidak berpengaruh terhadap volume penjualan Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru. Hal ini menunjukkan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , ($-1,132 < 1.683$), atau $sig < \alpha$ ($0,265 < 0.05$), berarti variabel *Physical evidence* tidak berpengaruh, dan negatif terhadap volume penjualan di Home Industri Ikan Sepat Kering, dengan demikian hipotesis ketiga ditolak. Bagus atau tidaknya *physical evidence* tidak mempengaruhi volume penjualan sebagaimana data yang ditemukan di lapangan bahwa membeli Ikan Sepat Kering Desa

Muning Baru merupakan suatu kewajiban bagi pegawai dan instansi sebagai pengganti batik. Sehingga masyarakat membeli Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru karena kebutuhan.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *people* (orang) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *Process* (proses) tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru.
3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *Physical Evidence* (bukti fisik) tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru.

DAFTAR PUSTAKA

Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., ... & Weya, I. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada

fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).

Pengaruh (Df.1) (n.d). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. Diakses melalui <https://kbbi.web.id/pengaruh>, 8 April 2021

Nurcholifah, Ita. "Strategi marketing mix dalam perspektif syariah." *Jurnal Khatulistiwa LP2M IAIN Pontianak* 4.1 (2014): 73-86.

Atmoko, Temoteus Prasetyo Hadi. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta." *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1.2 (2018): 83-96.

Mufarrikoh, Zainatul. *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Jakad Media Publishing, 2019.

Yusuf, A. Muri. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media, 2016.

Salim, Haidir. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Kencana, 2019.

Budijanto, Didik. "Populasi, Sampling, dan Besar Sampel." *Kementerian Kesehatan RI* (2013).

- Abdullah Thamrin dan Tantry Francis. Manajemen Pemasaran. RajaGrafindo Persada. Jakarta. 2014.
- Farida Ida. Achmad Tarmizi & Yogi November. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.1, No.1. Juni 2016*. Hal. 31-40.
- Ghanimata Fifiyanita. Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bandeng Juwana Elrina. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis. 2013*. h. 1-53.
- Setyaningrum, Ari, and Jusuf Udaya. "Prinsip-prinsip pemasaran." (2015).
- Mugiantoro Andi. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Kamar Superior Di Hotel Orchardz Gajah Mada Pontianak. *Jurnal Ilmiah*. h. 2.
- Sefti Fakhriyan Adhaghassani. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di cherryka bakery. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga Tahun 2016*. Hal. 3
- Wawancara dengan pihak owner Home Industri Ikan Sepat Kering Desa Muning Baru
- Surat Keputusan Kepala Desa Muning Baru Nomor 6 Tahun 2020 tentang Kepengurusan Kelompok Perikanan "Poklahsar Usaha Bersama" Desa Muning Baru Kecamatan Daha Selatan Kab. HSS