

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN KETERSEDIAAN
BARANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
PT. STAR SPARTA INDONESIA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
ELLYN
181010288**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

Judul : PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN
KETERSEDIAAN BARANG TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA PT.STAR
SPARTA INDONESIA

Nama : Ellyn

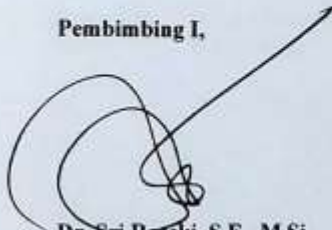
NIM : 181010288

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

Pembimbing II,



Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.
NIDN : 0124028902

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN
KETERSEDIAAN BARANG TERHADAP PT. STAR
SPARTA INDONESIA
Nama : Ellyn
NIM : 181010288
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 22 April 2022
Dewan Penguji,

Penguji I : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.
NIDN : 0104127904

(M-2/4)

Penguji II : Deddy Lazuardy, S.E., M.M.
NIDN : 0127117801

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Ellyn
NIM	181010288
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Star Sparta Indonesia.
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
Pembimbing-II	Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 23 Mei 2021



Ellyn

181010288

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN KETERSEDIAAN BARANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. STAR SPARTA INDONESIA”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan. Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.,M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki,S.E.,M.Si. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
3. Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc. sekaligus selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
4. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
5. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
6. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Abidin, S.M.
7. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.

9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasteya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 30 Mei 2021
Penulis

Ellyn
181010288

ABSTRAK

Ellyn, 181010288, 2022, Pengaruh Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Star Sparta Indonesia, STIE Eka Prasetya, Progam Studi Manajemen, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. Pembimbing II : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Volume Penjualan pada PT.Star Sparta Indonesia, mengetahui pengaruh Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT.Star Sparta Indonesia, mengetahui pengaruh Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT.Star Sparta Indonesia. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT.Star Sparta Indonesia, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh toko yang berada di Medan yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2018-2020 sebanyak 127 toko. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden. Data analisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Volume Penjualan = 7,910 + 0,343 Pengetahuan Produk + 0,384 Ketersediaan Barang + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT.Star Sparta Indonesia berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 4,697 > t_{tabel} 1,985$. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Ketersediaan Barang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 45,163 > t_{tabel} 1,98498$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT.Star Sparta Indonesia berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 119,279 > F_{tabel} 3,09$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R^2) = 0,711 artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang sebesar 71,1% sedangkan sisanya 28,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas pelayanan, promosi, citra merek dan variabel lainnya.

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, Ketersediaan Barang, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Ellyn , 181010288 , 20 22 , Influence Knowledge Product and Goods Availability Against Sales Volume at PT.Star Sparta Indonesia, STIE Eka Prasetya , Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, SE, M.Sc. Advisor II : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

This study aims to determine and analyze influence Knowledge Product on Sales Volume at PT.Star Sparta Indonesia, find out influence Availability of Goods on Sales Volume at PT.Star Sparta Indonesia, find out influence Knowledge Product and Availability of Goods on Sales Volume at PT.Star Sparta Indonesia. The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to customers of PT.Star Sparta Indonesia , secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population to be used in study is whole a store in Medan that does company purchases During period 2018-2020 as many as 127 stores . With use Slovin's formula with level 5% error then obtained total sample as many as 96 respondents . Data analysis with use method analysis multiple linear regression . Analysis result give equality **Sales Volume = 7.910 + 0.343 Knowledge Product + 0.384 Goods Availability + e**. Analysis result study show that Knowledge Product own influence positive and significant to Sales Volume at PT.Star Sparta Indonesia based on hypothesis test results by Partial that is $t_{count} 4.697 > t_{table} 1.98498$. Analysis result study show that Availability of Goods has influence positive and significant to Sales Volume based on hypothesis test results by Partial that is $t_{count} 45,163 > t_{table} 1,985$. Research results show that Knowledge Product and Goods Availability matters positive and significant to Sales Volume at PT.Star Sparta Indonesia based on hypothesis test results by simultaneous that is as big as $F_{count} 119.279 > F_{table} 3.09$. Research results this supported by the value of R square (R^2) = 0.711 means Sales Volume variable could explained by variable Knowledge Product and Goods Availability of 71.1% while the remaining 28.9% is influenced by other factors originating from from outside the research model this as quality service , promotion , image brands and variables other .

Keywords: Knowledge Product, Availability of Goods, Sales Volume.

MOTTO

“Jadilah orang baik walau tidak diperlakukan dengan baik.”

(Lee Jen0 – NCT Dream)

“Mimpi itu harus tinggi. Daripada memuji diri sendiri, aku selalu mengatakan ‘tidak, ini belum cukup’.”

(NCT Dream)

“Hidup itu berat dan tidak semua hal selalu berjalan baik, tapi kita harus lebih berani dan melanjutkan hidup kita.”

(Suga – BTS)

“Di tengah jalan, pada saat kamu ingin menyerah, berteriak lebih keras lagi: ‘JADI APA?’.”

(BTS)

Persembahan

Dengan segala kerendahan hati Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Puji Syukur kepada Sanghyang Adi Buddha Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah mendengar doa penulis agar menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

Kepada kedua orang tuaku dan kerabat keluarga, terima kasih atas dukungan kalian untuk menyelesaikan skripsi ini, terutama papa yang selalu senantiasa antar jemput kemana pun untuk menyelesaikan skripsi ini.

Kepada kedua dosen pembimbing, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. dan Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc. Terima kasih atas bantuan, nasehat, motivasi, dan ilmunya serta kesabaran membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Teman-teman baik saya (Claren Fyorensia S.M, Christin S.M, Marcelina S.Ak, Cindy S.M) yang telah menghibur, memotivasi, memberi dukungan, dan membantu saya dalam kondisi terburuk yang pernah saya alami.

Kepada Partner (Teddy) yang telah mendukung baik secara fisik maupun mental, yang sabar menghadapi mood yang selalu naik turun, selalu sabar dalam hal apapun.

Tidak lupa kepada saya sendiri terima kasih sudah berjuang selama ini, terima kasih telah bertahan selama ini. *You did a great job.*

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... iv

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

MOTTO viii

PERSEMBAHAN..... ix

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR..... xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah 4

1.3 Batasan Masalah 4

1.4 Rumusan Masalah 5

1.5 Tujuan Penelitian..... 5

1.6 Kegunaan Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU 7

2.1 Landasan Teori 7

2.1.1 Teori Volume Penjualan	7
2.1.1.1 Pengertian Volume Penjualan	7
2.1.1.2 Indikator Volume Penjualan.....	8
2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	8
2.1.2 Teori Pengetahuan Produk.....	9
2.1.2.1 Pengertian Pengetahuan Produk.....	9
2.1.2.2 Tiga Dimensi Pengetahuan Produk	10
2.1.2.3 Indikator Pengetahuan Produk	10
2.1.3 Teori Ketersediaan Barang	11
2.1.3.1 Pengertian Ketersediaan Barang	11
2.1.3.2 Indikator Ketersediaan Barang.....	12
2.1.3.3 Jenis-jenis Persediaan.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Konseptual	15
2.4 Hipotesis Penelitian	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	17
3.1.2 Waktu Penelitian.....	17
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	17
3.2.1 Jenis Data	17
3.2.2 Sumber Data	17
3.3 Populasi dan Sampel.....	18
3.3.1 Populasi Penelitian.....	18
3.3.2 Sampel Penelitian.....	18

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	21
3.6.1 Uji Validitas	21
3.6.2 Uji Reliabilitas	21
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	21
3.6.3.1 Uji Normalitas	22
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	23
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	23
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	24
3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	24
3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	25
3.6.7 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	26
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	26
4.1.2 Visi dan Misi.....	26
4.2 Hasil Penelitian	27
4.2.1 Karakteristik Responden.....	27
4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	28
4.1.2.1 Uji Validitas	28
4.1.2.2 Uji Reliabilitas.....	31
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
4.1.4.1 Uji Normalitas	33
4.1.4.2 Uji Heteroskedastisitas	35

4.1.4.3 Uji Multikolonieritas	36
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	37
4.2.5 Uji Hipotesis	38
4.1.6.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	38
4.1.6.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	39
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	41
4.3 Pembahasan.....	41
4.3.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Volume Penjualan	41
4.3.2 Pengaruh Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan..	42
4.3.3 Pengaruh Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan.....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Implikasi Manajerial	45
5.3 Saran Akademis	46
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
SURAT IZIN OBSERVASI	
SURAT BALASAN OBSERVASI	
KARTU AUDIENCE	
KARTU BIMBINGAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Produk Infinera PT. Star Sparta Indonesia	
	Periode 2018 s/d 2020	2
Tabel 1.2	Data Persediaan Produk Infinera PT. Star Sparta Indonesia	
	Periode 2018 s/d 2020	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	19
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	20
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Pembelian.....	27
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	28
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk (X_1)	29
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Ketersediaan Barang (X_2)	30
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Volume Penjualan (Y)	31
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk (X_1)	32
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Ketersediaan Barang (X_2)	32
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Volume Penjualan (Y)	32
Tabel 4.9	Uji Normalitas (<i>Kolmogorov-Smirnov</i>)	34
Tabel 4.10	Uji Multikolonieritas.....	36
Tabel 4.11	Analisis Regresi Linear Berganda	37
Tabel 4.12	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	38
Tabel 4.13	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	39
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Hipotesis	40
Tabel 4.15	Uji Koefisien Determinasi.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 4.1 Uji Normalitas (Histogram).....	33
Gambar 4.2 Uji Normalitas (<i>Normal Probability-Plot</i>)	34
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>)	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas
Lampiran 3	Hasil Analisis Data Validitas Pengetahuan Produk (X1)
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Validitas Ketersediaan Barang (X2)
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Validitas Volume Penjualan (Y)
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Reliabilitas Pengetahuan Produk (X1)
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Reliabilitas Ketersediaan Barang (X2)
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Reliabilitas Volume Penjualan (Y)
Lampiran 9	Tabulasi Angket Responden
Lampiran 10	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 11	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik <i>Scatterplot</i>)
Lampiran 12	Hasil Uji Multikolineritas
Lampiran 13	Hasil Uji Analisis Regresi Linear
Lampiran 14	Uji Signifikansi Parsial (Uji <i>t</i>)
Lampiran 15	Uji Signifikansi Simultan (Uji <i>F</i>)
Lampiran 16	Uji Koefisien Determinasi (Uji <i>R Square</i>)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari zaman ke zaman persaingan global antarperusahaan semakin ketat. Perusahaan harus mampu mengoptimalkan kemampuannya terutama dalam bidang pemasaran. Pada umumnya tujuan suatu perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu kebutuhan tersebut adalah transportasi. Di era modern ini, motor dikenal sebagai salah satu transportasi yang banyak diminati atau digunakan oleh penduduk Indonesia. Namun, tentu keselamatan masyarakat yang menjadi utama. Salah satu komponen penting dari motor adalah ban motor itu sendiri. Jika ban motor bermasalah, maka pengendara akan merasa tidak nyaman saat mengendarai motor.

PT. Star Sparta Indonesia merupakan salah satu perusahaan distributor ban bermerek Infinera di Kota Medan. Perusahaan beralamat di Jalan Gaharu no. 86/86a ini mendistribusikan beberapa produk untuk sepeda motor diantaranya Ichidai, Infinera, dan Riken. Tujuan dibentuknya sebuah perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang maksimal. Setiap perusahaan pasti berusaha menjaga keberlangsungan hidupnya dengan melakukan kebijakan yang tepat dan memperoleh peluang dalam bidang pemasaran. Sayangnya pertumbuhan dan perkembangan merek Infinera dinilai kurang. Hal ini disebabkan karena para konsumen lebih menyukai produk kompetitor lain yang sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat dengan harga lebih murah dibanding produk baru yang memiliki kualitas yang hampir sama atau lebih bagus dari produk kompetitor tersebut.

Adapun beberapa alasan dari konsumen adalah produk lebih susah dipasarkan sebab mereknya masih terbilang cukup baru. Hal ini tentunya menyebabkan perusahaan dinilai memiliki pencapaian Volume Penjualan yang kurang bagus. Penjualan PT. Star Sparta Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1
Data Penjualan Produk Infinera PT. Star Sparta Indonesia Periode 2018 s/d 2020

Tahun	Nilai/Qty Target	Jumlah Harga Jual	Total Qty Jual	Proses Target (%)
2018	Rp.3.520.333.125	Rp. 2.465.735.842	18.450	70.63%
2019	Rp.3.872.366.000	Rp. 2.737.182.202	19.742	68,76%
2020	Rp.4.259.602.750	Rp. 2.184.532.202	22.602	49,88%

Sumber: data diolah, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap tahun penjualan produk Infinera PT. Star Sparta Indonesia belum mampu mencapai target yang ditentukan, di mana terdapat ketentuan bahwa target dinyatakan tercapai apabila nilai persentase berhasil mencapai 70%. Pada tahun 2018 volume penjualan produk Infinera sebesar 70,63% dengan nilai *quantity* jual sebesar 18.450 yang artinya mampu mencapai target, sedangkan pada tahun 2019 sampai dengan 2020 volume penjualan produk Infinera mengalami penurunan dari persentase target yang telah ditentukan.

Menurut Ngalimun, dkk. (2019:229), Volume Penjualan adalah sebuah total penjualan yang sudah ditargetkan oleh perusahaan untuk mencapai laba yang maksimal sehingga ini sangat penting untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan adanya Volume Penjualan yang bagus, maka perusahaan dapat berkembang dengan baik dan Volume Penjualan juga merupakan peran yang penting bagi setiap perusahaan.

Menurut Firmansyah (2018:66), Pengetahuan Produk adalah kumpulan dari berbagai informasi yang berkaitan dengan produk yang meliputi kategori produk, merek, harga, fitur produk dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan Produk merupakan salah satu faktor yang sangat diperlukan dalam menarik minat konsumen. Akan tetapi, Pengetahuan masyarakat terhadap produk Infinera ternyata masih kurang sehingga konsumen menjadi enggan atau merasa ragu untuk membeli produk yang ditawarkan. Jika Pengetahuan Produk meningkat, maka Volume Penjualan juga akan ikut meningkat.

Adapun faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi peningkatan maupun penurunan Volume Penjualan, yakni Persediaan Barang. Menurut Hidayat (2013:76), Persediaan adalah peran yang paling penting dalam menjalankan suatu aktivitas bisnis. Hal yang membuat para konsumen enggan untuk membeli produk adalah persediaan (*stock*) yang sering kosong ketika pembeli ingin mendapatkan produk pada hari yang sama saat ditawarkan, sehingga menyebabkan penurunan Volume Penjualan. Di sisi lain, perusahaan agak ragu untuk menyediakan *stock* banyak di gudang, dikarenakan banyak pertimbangan dari segi penjualan dan pengetahuan masyarakat terhadap produk tersebut. Jika Persediaan Barang meningkat, maka Volume Penjualan juga akan ikut meningkat. Berikut adalah daftar persediaan barang pada PT. Star Sparta Indonesia.

Tabel 1.2
Data Persediaan Produk Infinera PT. Star Sparta Indonesia Periode 2018 s/d 2020

Tahun	Nama barang	Qty. OnHand	Pembelian Toko	Sisa Stock
2018	INFINERA	210.574	208.475	2.099
2019	INFINERA	497.593	501.483	-3.890
2020	INFINERA	635.821	784.275	-148.454

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN PERSEDIAAN BARANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. STAR SPARTA INDONESIA.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir Volume Penjualan barang mengalami fluktuatif disebabkan oleh:

1. Pengetahuan Produk para sales saat menawarkan produk dinilai kurang memuaskan sehingga konsumen menjadi ragu untuk membeli.
2. Persediaan Barang di gudang kurang banyak atau selalu kosong sehingga membuat beberapa konsumen menjadi batal membeli produk hal ini mengakibatkan konsumen tidak ingin menunggu lama sehingga harus dikirim langsung.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan tidak melebihi pembahasan yang akan di bahas, maka penulis membatasinya hanya pada ruang lingkup penelitian meliputi Pengetahuan Produk (X_1) dan Persediaan Barang (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y). Objek penelitian ini akan dilakukan terhadap konsumen PT. Star Sparta Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia ?
3. Apakah ada pengaruh Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia ?
4. Apakah ada pengaruh Pengetahuan Produk dan Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, kaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh Persediaan Baranng terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh Pengetahuan Produk dan Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.

1.6 Kegunaan Penelitian

Berikut ini ada beberapa kegunaan penelitian yang diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan manfaat yang positif untuk meningkatkan tingkat penjualan setiap tahunnya dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk dan Persediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.

2. Bagi Akademis

Sebagai tambahan referensi kepustakaan dan diharapkan dapat berguna untuk menjadi sumber referensi dan acuan bagi mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHALU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Volume Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Volume Penjualan

Menurut Ngalimun, dkk (2019:229), Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Menurut Husna (2020:40), Volume Penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk.

Menurut JUD (2016:96), Penjualan adalah salah satu elemen dari pemasaran di samping fungsi produksi dan administrasi yang bertujuan untuk menjual sebanyak-banyaknya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.

Menurut Rangkuti (2013:206), Volume Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjualan kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang/jasa dalam suatu periode akuntansi.

Menurut Soemohadiwidjojo (2017:61), Volume Penjualan (sales volume) adalah jumlah produk yang terjual dalam jangka waktu satu tahun dimana satuan yang digunakan bergantung pada barang yang dijual.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Volume Penjualan adalah suatu aktivitas perusahaan dari kegiatan menjual barang yang akan mempengaruhi laporan laba perusahaan.

2.1.1.2 Indikator Volume Penjualan

Menurut Ngalimun, dkk (2019:229), terdapat beberapa indikator dari Volume Penjualan yaitu:

1. Mencapai Volume Penjualan.
2. Mendapatkan Laba.
3. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan.

2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Menurut Ngalimun, dkk (2019:229), ada beberapa faktor yang mempengaruhi Volume Penjualan yaitu :

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atas barang atau jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual pada pihak pertama dan pembeli pada pihak yang kedua.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai pihak pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan.

3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan, dan lain-lain

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang oleh ahli bidang penjualan, lain halnya

dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan juga ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain.

2.1.2 Teori Pengetahuan Produk

2.1.2.1 Pengertian Pengetahuan Produk

Menurut Firmansyah (2018:66), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2018:311), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut, fitur produk, harga, dan kepercayaan mengenai produk.

Menurut Wijoyo, dkk (2020:69), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk yang meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

Menurut Suprpto dan Wahyuddin (2020:20), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk yang meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

Menurut Herdianto (2016:88), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk yang meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut, fitur produk, harga, dan kepercayaan mengenai produk.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi produk yang meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut, fitur produk, harga, dan kepercayaan mengenai produk.

2.1.2.2 Tiga Dimensi Pengetahuan Produk

Menurut Purboyo, dkk (2021:174), ada tiga dimensi Pengetahuan Produk yaitu :

1. Pengetahuan Subjektif
Merupakan tingkat pengertian konsumen terhadap suatu produk, sering disebut menilai pengetahuan sendiri.
2. Pengetahuan Objektif
Merupakan tingkat dan jenis pengetahuan produk yang benar-benar tersimpan dalam memori konsumen disebut juga pengetahuan aktual.
3. Pengetahuan berdasarkan pengalaman
Merupakan pengalaman sebelumnya dari pembelian atau penggunaan produk.

2.1.2.3 Indikator Pengetahuan Produk

Menurut Firmansyah (2018:66), terdapat beberapa indikator dari Pengetahuan Produk yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk.
Seorang konsumen akan melihat sebuah produk berdasarkan karakteristik atau ciri atau atribut dari produk tersebut.

2. Pengetahuan tentang manfaat produk.

Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah tentang manfaat produk. Konsumen mengkonsumsi sayuran dan buah-buahan karena mengetahui manfaat produk tersebut bagi Kesehatan tubuhnya.

3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.

Untuk mengetahui suatu kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen adalah jika suatu produk akan memberikan kepuasan pada konsumen jika produk telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

2.1.3 Teori Ketersediaan Barang

2.1.3.1 Pengertian Ketersediaan barang

Menurut Arifin (2018:37), Persediaan merupakan pembentuk hubungan antara produksi dan penjualan produk.

Menurut Sugeng (2017:87), Persediaan adalah sejumlah barang seperti dalam bentuk barang dagangan, barang jadi, barang dalam proses, bahan baku, bahan pembantu, alat tulis kantor, perlengkapan dan sejenisnya yang sengaja disediakan di perusahaan untuk digunakan sewaktu-waktu sesuai kebutuhan dalam rangka menjaga kelancaran dan keberlanjutan operasional perusahaan.

Menurut Hidayat (2013:76), Persediaan adalah salah satu komponen yang memiliki peran penting dalam suatu aktivitas bisnis.

Menurut Vikaliana, dkk (2020:2), Persediaan merupakan salah satu unsur yang paling aktif dalam operasi perusahaan yang secara kontinu diperoleh, diubah, yang kemudian dijual kembali.

Menurut Julyanthry (2020:110), Persediaan merupakan sejumlah bahan atau barang yang disediakan oleh perusahaan, baik berupa barang jadi, barang mentah maupun barang dalam proses yang disediakan untuk menjaga kelancaran operasi perusahaan guna memenuhi permintaan konsumen setiap waktu.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Barang adalah sejumlah barang yang disediakan oleh perusahaan untuk menjaga kelancaran operasi perusahaan untuk memenuhi permintaan konsumen setiap waktu.

2.1.3.2 Indikator Ketersedian Barang

Menurut Arifin (2018:43), terdapat beberapa indikator dari Persediaan yaitu:

1. Sistem komputerisasi

Dengan menggunakan sistem ini, kemungkinan pencatatan persediaan, pengurangan, dan pengeolahan dilakukan dengan cepat. Selain itu komputer menyediakan data kapan harus dilakukan pesanan kembali.

2. Sistem *Just in time*

Metode ini hanya menyetarakan kecepatan di bagian produksi dengan bagian pengirim.

3. *Out Sourcing*

Alternatif lain yang dapat digunakan dalam pengendalian Persediaan ini adalah dengan cara membeli dari pihak luar. Dengan ini maka perusahaan tidak perlu memproduksi sendiri kualitas input yang diperlukan dalam proses produksi.

4. Sistem pengendalian ABC

Pada metode ini memperkirakan bahwa pemakaian Persediaan relatif konstan.

Pada prinsipnya metode ini memperhatikan faktor harga atau nilai Persediaan, frekuensi pemakaian, resiko kehabisan barang.

5. *Material requirement planning* (MRP)

Hakikatnya MRP adalah sistem informasi yang berbasis komputer untuk penjadwalan produksi dan pembelian item produksi.

2.1.3.3 Jenis-Jenis Persediaan

Menurut Sugeng (2017:87), ada beberapa jenis-jenis persediaan yaitu :

1. Persediaan Barang Dagang

Persediaan barang yang telah dibeli oleh perusahaan untuk dijual kembali tanpa merubah karakteristik fisik dari barang tersebut.

2. Persediaan Barang Jadi

Persediaan dari barang yang telah selesai diproduksi sendiri oleh perusahaan dan siap dijual atau didistribusikan ke pelanggan.

3. Persediaan Barang Dalam Proses

Persediaan dari barang yang secara teknis belum selesai diproduksi atau masih dalam tahap proses pengerjaan.

4. Persediaan Bahan Baku

Persediaan dari bahan baku yang siap untuk diproses dalam proses produksi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

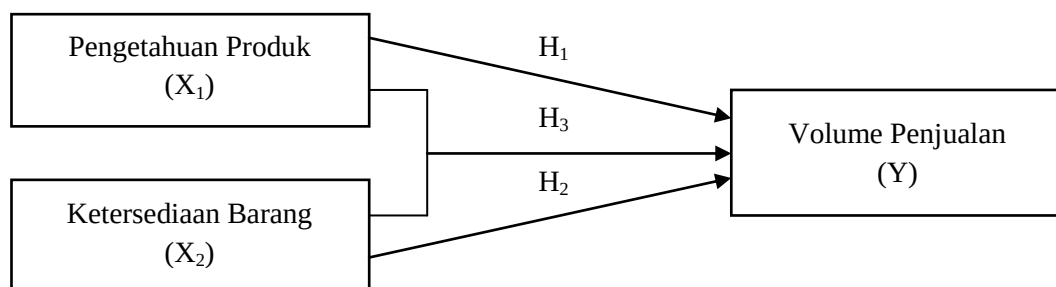
No	Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nafahatus Sahariyah dan Siti Shoimah (2020) Jurnal ilmu-ilmu sosial dan humaniora, Vol.12, No.2, 2020. ISSN : 2085-1413 Lamongan	Pengaruh Keramahan dan Pengetahuan Produk Beauty Advisor terhadap Peningkatan Penjualan Pond's di CV. Bin Wahab Group Sugio Lamongan	Independen X1= Pengaruh Keramahan X2= Pengetahuan Produk Dependen Y= Peningkatan Penjualan	Hasil secara parsial maupun simultan Pengaruh Keramahan dan Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
2	Elvina (2017) Jurnal Wahana Inovasi, Vol.6, No.2, 2017. ISSN : 2089-8592 Rantauprapat	Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepuasan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Isi Ulang Air Minum Depot Bening Water Dusun Lubuk Pakam	Independen X=Pengetahuan Produk Dependen Y=Keputusan Konsumen	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli.
3	Sudarto Usuli (2011) Jurnal Ekomen, Vol.11, No.2, 2011. ISSN : 1693-9131 Poso	Pengaruh Persediaan Terhadap Volume Penjualan Suku Cadang Pada CV. Metro Jaya Mandiri Poso	Independen X=Persediaan Dependen Y=Volume Penjualan	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

No	Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4	Rega Dicky Pratama dan Masharianono (2020) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.9, No.5, 2020. ISSN : 2461-0593 Lamongan	Pengaruh Bauran Pemasaran dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan PT. Semen Indonesia (Persero)	Independen X1=Bauran Pemasaran X2=Saluran Distribusi Dependen Y=Volume Penjualan	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Bauran Pemasaran dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
5	Ichsani Mutiara Syahputra (2016) Jurnal Indonesia Membangun Vol.17, No.2, 2018. ISSN : 1412-6907 Bandung	Pengaruh Pengetahuan Produk dan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Korea	Independen X1=Pengetahuan Produk X2=Produk Halal Dependen Y=Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan kualitas produk, Pengetahuan Produk dan keragaman menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sumber: data diolah, 2022

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual yang diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut ini:

1. Adanya pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.
2. Adanya pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.
3. Adanya pengaruh Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitiannya adalah PT. Star Sparta Indonesia yang beralamatkan di jalan Gaharu No. 86/86A, Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2022 sampai dengan Mei 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Wahyudi (2017:12) data kuantitatif merupakan data yang berupa angka, karakteristik data selalu dalam bentuk numberik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank, dan sebagainya.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Wahyudi (2017:11), terdapat 2 data berdasarkan sumbernya yang telah dibedakan yaitu:

1. Data Primer

Merupakan data yang diambil dari sumbernya yang belum pernah dipublikasikan oleh instansi tertentu. Umumnya data ini dihasilkan dari kegiatan survey lapangan dengan menggunakan instrumen seperti kuisioner,

daftar pertanyaan, maupun *focus group discussion* (FGD).

2. Data Sekunder

Merupakan data yang dipublikasi atau diolah oleh instansi tertentu, misalnya seperti data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia, maupun lembaga lainnya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:11), Populasi adalah keseluruhan dari subjek dan atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian. Subjek penelitian merupakan tempat atau lokasi data variabel yang akan digunakan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2021 sebanyak 127 toko.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:12), Sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat error 5% adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Toleransi kesalahan (5%)

$$n = \frac{127}{1 + (127 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{127}{1 + (127 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{127}{1 + 0,3175}$$

$$n = \frac{127}{1,3175} = 96,3$$

Berdasarkan data dari populasi yang berjumlah 127 toko dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin penggunaan tingkat toleransi kesalahan adalah sebesar 5%, maka dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 96 toko.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:21), Variabel adalah karakteristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian itu. Berikut ini adalah definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
Pengetahuan Produk (X1)	Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Sumber: Firmansyah (2018:66)	1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk 2. Pengetahuan tentang manfaat produk 3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen Sumber: Firmansyah (2018:66)	Likert
Ketersediaan Barang (X2)	Pembentuk hubungan antara produksi dan penjualan produk.	1. Sistem Komputerisasi 2. Sistem <i>Just in time</i> 3. <i>Out scourcing</i> .	Likert

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
	Sumber: Arifin (2018:37)	Sumber: Arifin (2018:37)	
Volume Penjualan (Y)	Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan sehingga Penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan. Sumber: Ngalimun, dkk (2019:228)	1. Mencapai Volume Penjualan 2. Mendapatkan laba 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan Sumber: Ngalimun, dkk (2019:229)	Likert

Sumber: data diolah, 2022

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian ini maka dilakukan metode survei dengan instrument kuisisioner. Kuisisioner yang diberikan kepada responden dapat berupa pertanyaan/pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet. Untuk menilai tanggapan dari responden maka penulis menggunakan Skala *Likert*, Herlina (2019:6) jawaban responden akan diukur dengan menggunakan Skala *Likert* sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala *Likert*

No.	Pilihan	Skala Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Herlina, 2019

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2018:21), uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid sebaliknya jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), uji reliabilitas digunakan untuk keajekan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisioner. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Uji Reliabilitas merupakan kelanjutan dari Uji Validitas item yang termasuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik atau reliabilitas buruk, sedangkan 0,7 dapat diterima atau reliabilitas diterima, dan terakhir jika di atas 0,8 adalah baik atau reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Priyatno (2018:126), model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi

linear, antara lain adalah residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2018:127), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada *grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini adalah pembahasannya:

1. Analisis grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada *grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, nilai residual tersebut telah normal jika sebaliknya maka dinyatakan tidak normal.

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang data grafik untuk melihat distribusi data apakah data itu normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng data akan berdistribusi normal.

b. Output *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*

Menjelaskan data grafik untuk melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal P-P Plot of Regression*

Standardized Residual mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

2. Uji Statistik

Uji normalitas dengan statistik ini dapat menggunakan metode *One Kolomogorov Smirnov*, berikut adalah kriteria pengeujiannya :

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolineritas

Menurut Priyatno (2018:134), multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas. Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas yaitu mempunyai nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain, model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu pengujian *scatterplots* yang dilakukan dengan cara melihat titik-titik pada pola grafik yang

menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik, maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel independent. Tujuan digunakan analisis regresi linear berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia yang dapat dihitung dengan perangkat lunak yaitu *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*:

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

Keterangan :

- Y = Volume Penjualan (dependen variabel)
- X1 = Pengetahuan Produk (independen variabel)
- X2 = Ketersediaan Barang (independen variabel)
- A = Konstanta
- b1, b2 = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujian ini

menggunakan tingkat signifikansi 10% dan uji 2 sisi. Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%.

Berikut adalah kriteria penilaian hipotesis pada uji t yaitu :

1. H_0 diterima apabila : $t_{tabel} > t_{hitung}$
1. H_a diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10%. Pada penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Berikut adalah kriteria hipotesis pada Uji F yaitu :

1. H_0 diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$
2. H_a diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno (2018:114), analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 , yaitu untuk menunjukkan koefisien determinasi, angka ini akan diubah ke bentuk persen yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Star Sparta Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan sparepart motor yang berdiri pada tahun 2019, terdiri dari 3 merek yang dipasarkan yaitu Ichidai, Infinera, dan Riken. PT. Star Sparta Indonesia sendiri beralamatkan di jalan Gaharu 86/86A kota Medan. Berdirinya PT. Star Sparta Indonesia yang memiliki tujuan positif yaitu agar dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh bahan-bahan sparepart motor yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau sehingga dapat membuat orang-orang yang ingin memodifikasi motor menjadi lebih nyaman dan berkomitmen untuk membangun hubungan jangka panjang antara konsumen dengan penjual. Dalam memenuhi setiap kebutuhan masyarakat, perusahaan memperkerjakan sumber daya manusia yang dapat bersaing dalam persaingan dengan mengutamakan memberikan pelayanan terbaik, nyaman, dan bagus kepada konsumen.

4.1.2 Visi dan Misi

4.1.2.1 Visi Perusahaan

Visi perusahaan adalah untuk membantu orang-orang yang ingin memodifikasi motor menjadi lebih bagus dan nyaman, barang yang berkualitas tinggi dengan harga yang cukup terjangkau untuk masyarakat dan menjadikan PT. Star Sparta Indonesia sebagai perusahaan termuka baik lokal maupun nasional yang bergerak dibidang penjualan sparepart motor.

4.1.2.2 Misi Perusahaan

Misi dari perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kesejahteraan bagi seluruh karyawan yang berkerja.
2. Menghasilkan produk-produk pada bidang sparepart berkualitas tinggi.
3. Meningkatkan produktivitas setiap karyawan agar dapat menghadapi persaingan pasar yang ada.
4. Memberikan kepuasan bagi konsumen maupun mitra bisnis dengan persaingan yang ada.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuisioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 96 konsumen pada PT. Star Sparta Indonesia yang dijadikan sebagai responden diperoleh dari karakteristik responden berdasarkan tipe pembelian, dan jumlah pembelian. Berikut ini adalah karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Pembelian

Tipe Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
Cash	92	92,1%
Kredit	8	7,9%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan Tipe Pembelian Cash adalah sebanyak 92 konsumen atau 92,1% dari total responden sedangkan responden dengan Tipe Pembelian Kredit adalah sebanyak 8 konsumen atau 7,9% dari total konsumen. Demikian dapat kita ketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan adalah konsumen dengan Tipe Pembelian Cash.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Jumlah Pembelian	Jumlah Responden	Persentase %
Di bawah 5.000.000	54	53,5%
Di atas 5.000.000	9	8,9%
Memilih untuk tidak menjawab	37	37,6%
Total	100	100%

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah pembelian di bawah Rp. 5.000.000 adalah sebanyak 54 responden atau 53,5% dari total responden, sedangkan responden dengan jumlah di atas Rp. 5.000.000 adalah sebanyak 9 responden atau 8,9% dari total responden yang tersedia dan responden yang memilih untuk tidak menjawab adalah 37 responden atau 37,6% dari total keseluruhan responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk perusahaan adalah konsumen dengan jumlah pembelian di bawah Rp. 5.000.000.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2018:21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,5 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, item dapat dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, item dinyatakan tidak valid.

Untuk nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0,361 . Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk (X₁)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	PT. Star Sparta Indonesia memiliki karyawan yang menguasai produknya.	0,906	0,361	Valid
2	PT. Star Sparta Indonesia dapat menjelaskan dengan baik mengenai produk yang dijualnya kepada konsumen.	0,946	0,361	Valid
3	PT. Star Sparta Indonesia dapat menerangkan dengan baik setiap manfaat produknya.	0,906	0,361	Valid
4	PT. Star Sparta Indonesia mendapatkan kepercayaan atas penjelasan mengenai manfaat yang diberikan.	0,946	0,361	Valid
5	PT. Star Sparta Indonesia mendapatkan banyak saran positif karena konsumen merasa puas.	0,849	0,361	Valid
6	PT, Star Sparta Indonesia dapat menjelaskan dampak yang akan dirasakan konsumen setelah menggunakan produknya.	0,725	0,361	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, menunjukan bahwa 6 pernyataan yang mewakili variabel Pengetahuan Produk (X1) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan seluruh butir pertanyaan memiliki nilai positif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Ketersediaan Barang (X2)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	PT. Star Sparta Indonesia menggunakan sistem komputerisasi ketika konsumen menanyakan persediaan.	0,851	0,361	Valid
2	PT. Star Sparta Indonesia sering mengecek komputer pada saat konsumen menanyakan persediaan barang.	0,856	0,361	Valid
3	PT. Star Sparta Indonesia mengantarkan pesanan konsumen dengan tepat waktu.	0,855	0,361	Valid
4	PT. Star Sparta Indonesia setelah persediaan dirasa sudah cukup maka langsung mengirimkan pesanan konsumen.	0,848	0,361	Valid
5	PT. Star Sparta Indonesia hanya menyediakan produk yang sering konsumen beli.	0,836	0,361	Valid
6	PT. Star Sparta Indonesia sering kehabisan barang saat konsumen sedang membeli.	0,777	0,361	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, menunjukan bahwa 6 pernyataan yang mewakili variabel Ketersediaan Barang (X2) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan seluruh butir pertanyaan memiliki nilai positif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Volume Penjualan (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	PT. Star Sparta Indonesia dapat mencapai volume penjualan yang ditargetkan jika konsumen terus melakukan pembelian.	0,826	0,361	Valid
2	PT. Star Sparta Indonesia memiliki volume penjualan yang baik atas pembelian konsumen.	0,903	0,361	Valid
3	PT. Star Sparta Indonesia akan mendapatkan laba jika konsumen membeli secara rutin.	0,885	0,361	Valid
4	PT. Star Sparta Indonesia mendapatkan laba karena harga yang sesuai.	0,812	0,361	Valid
5	PT. Star Sparta Indonesia dapat tumbuh dan berkembang dengan baik karena didukung oleh karyawan yang kaya akan pengetahuan.	0,812	0,361	Valid
6	PT. Star Sparta Indonesia semakin berkembang karena konsumen merasa puas dan mempercayainya.	0,734	0,361	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, menunjukan bahwa 6 pernyataan yang mewakili variabel Volume Penjualan (Y) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan seluruh butir pertanyaan memiliki nilai positif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas, selanjutnya adalah pengujian reliabilitas

yang bertujuan untuk mengukur konsisten atau kestabilan dari jawaban responden. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel dengan kriteria *Cronbach's alpha* > 0,70 maka dinyatakan reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk (X1)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.938	6

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa *Cronbach's alpha* untuk variabel Pengetahuan Produk (X1) sebesar 0,938 atau lebih besar dari 0,70 sebagai nilai batas suatu instrumen sehingga penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Ketersediaan Barang (X2)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.911	6

Sumber: Hasil Olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa *Cronbach's alpha* untuk variabel Ketersediaan Barang (X2) sebesar 0,911 atau lebih besar dari 0,70 sebagai nilai batas suatu instrumen sehingga penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Volume Penjualan (Y)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.938	6

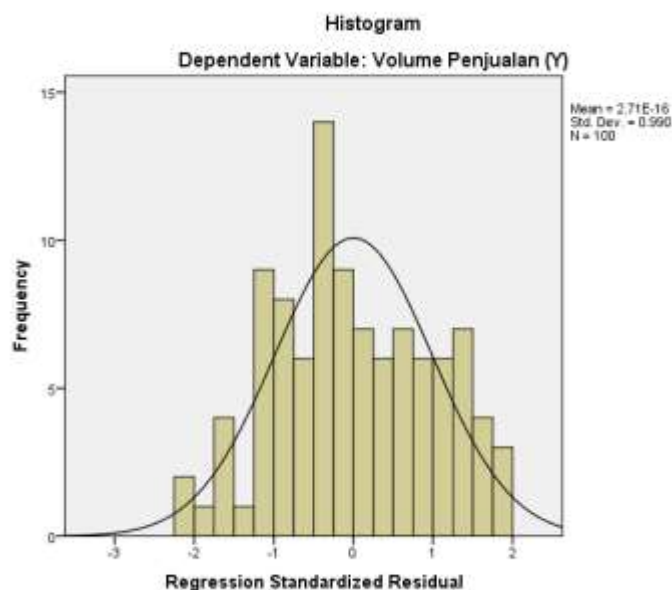
Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa *Cronbach's alpha* untuk variabel Volume Penjualan (Y) sebesar 0,938 atau lebih besar dari 0,70 sebagai nilai batas suatu instrumen sehingga penelitian ini dikatakan reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

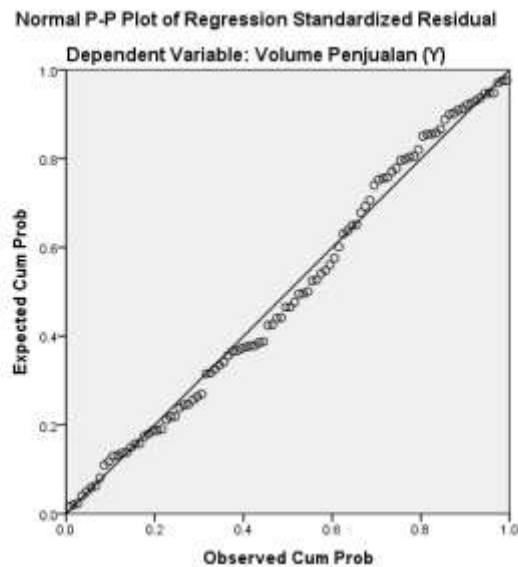
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik histogram, *normal probability-plot*, dan uji *kolmogorov-smirnov*. Berikut adalah hasil pengujian normalitas.



Sumber: Hasil olah data, 2022

Gambar 4.1
Uji Normalitas (Histogram)

Berdasarkan gambar 4.1 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa data membentuk garis kurva cenderung simetris terhadap *mean* (U). Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.



Sumber: Hasil olah data,2022

Gambar 4.2
Uji Normalitas (*Normal Probability-Plot*)

Berdasarkan gambar 4.2 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 4.9
Uji Normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,51137493
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,063
	Negative	-,055
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

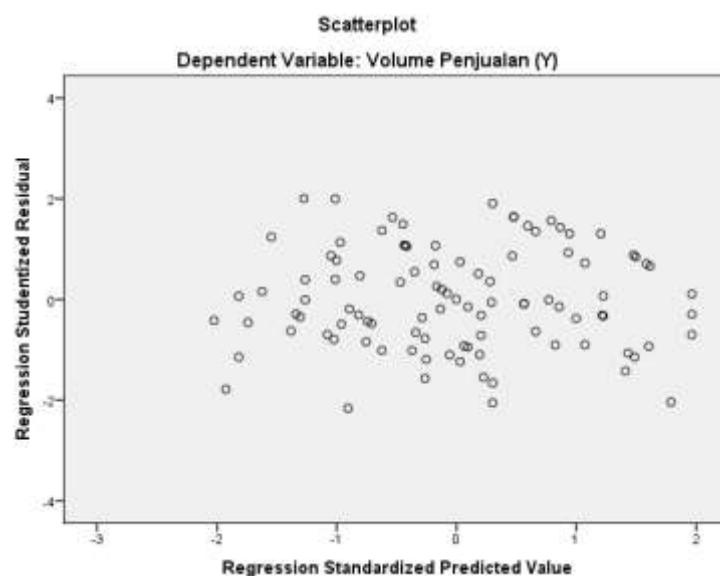
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot*. Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas.



Sumber: Hasil olah data,2022

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*)

Berdasarkan gambar 4.3 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa titik-titik hasil pengolahan data menyebar di bawah maupun di atas titik origin (angka 0)

pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang jelas. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

4.2.3.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 . Berikut adalah hasil pengujian multikolonieritas.

Tabel 4.10
Uji Multikolonieritas

<i>Coefficients^a</i>			
<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	Pengetahuan Produk (X1)	.366	2.731
	Ketersediaan Barang (X2)	.366	2.731

a. Dependent Variabel: Volume Penjualan (Y)

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa:

1. Nilai *tolerance* (α) untuk Pengetahuan Produk, dan Ketersediaan Barang lebih besar dari 0,10, yaitu untuk Pengetahuan Produk adalah sebesar 0,366, dan Ketersediaan Barang adalah sebesar 0,366.
2. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk Pengetahuan Produk, dan Ketersediaan Barang memiliki nilai lebih kecil dari 10, yaitu untuk Pengetahuan Produk adalah sebesar 2,731, dan Ketersediaan Barang adalah sebesar 2,731.

Hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa variabel independen (Pengetahuan Produk, dan Ketersediaan Barang) tidak mengalami multikolinearitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 4.11
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7.910	.947	
	Pengetahuan Produk (X1)	.343	.073	.424
	Ketersediaan Barang (X2)	.384	.074	.466

a. Dependent Variable: Volume Penjualan (Y)

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, maka dapat diketahui persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$\text{Volume Penjualan} = 7,910 + 0,343 \text{ Pengetahuan Produk} + 0,384 \text{ Ketersediaan Barang} + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. 7,910 artinya: jika Volume Penjualan yang diteliti konstan, maka Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia adalah sebesar 7,910.
2. 0,343 artinya: jika setiap penambahan satu-satuan variabel Pengetahuan Produk (X_1) akan menyebabkan Volume Penjualan bertambah sebesar 0,343 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Ketersediaan Barang (X_2) dianggap konstan.
3. 0,384 artinya: jika setiap penambahan satu-satuan variabel Ketersediaan Barang (X_2) akan menyebabkan Volume Penjualan bertambah sebesar

0,384 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Pengetahuan Produk (X_1) dianggap konstan.

4.2.5 Uji Hipotesis

4.2.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai t_{tabel} sebesar 1,98498 diperoleh dengan menggunakan *degree of freedom* (df) = jumlah sampel (N) – jumlah variabel independen (k) = $96 - 2 = 94$ dan nilai signifikansi 0,05.

Tabel 4.12
Uji signifikansi Parsial (Uji t)

<i>Coefficients^a</i>		
<i>Model</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1 (Constant)	8.350	.000
Pengetahuan Produk (X_1)	4.697	.000
Ketersediaan Barang (X_2)	5.163	.000

a. Dependent Variabel: Volume Penjualan (Y)

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka dapat diketahui bahwa:

1. Variabel Pengetahuan Produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,697 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai tabel distribusi t yang memiliki signifikansi 0,05. Dari table distribusi t tersebut diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Oleh karena itu, nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu dengan nilai $4,697 > 1,985$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_1 diterima, yang

berarti variabel Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan.

2. Variabel Ketersediaan Barang memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,163 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai table distribusi t yang memiliki signifikansi 0,05. Dari table distribusi t tersebut diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Oleh karena itu, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu dengan nilai $5,163 > 1,985$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_2 diterima, yang berarti variabel Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan.

4.2.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Nilai F_{tabel} sebesar 3,09 diperoleh dengan menggunakan *degree of freedom* (df) = jumlah sampel (N) – jumlah variabel independen (k) – 1 = $96 - 2 - 1 = 93$ dan nilai signifikansi 0,05.

Tabel 4.13
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
1 Regression	119.279	.000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variabel: Volume Penjualan (Y)

b. Predictors: (Constant), Ketersediaan Barang (X2), Pengetahuan Produk (X1)

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 119,279 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai F_{hitung} akan

dibandingkan dengan nilai tabel distribusi F yang menggunakan signifikansi 0,05. Dari tabel distribusi F tersebut diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Oleh karena itu, nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu dengan nilai $119,279 > 3,09$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_3 diterima, yang berarti Pengetahuan Produk, dan Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan.

Dari hasil pengujian secara parsial maupun simultan, maka rangkuman atas hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Kriteria	Hasil	Keputusan
H_1	Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.	Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_A diterima. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_A ditolak.	$4,697 > 1,985$ dan $0,000 < 0,05$ Berpengaruh signifikan	Diterima
H_2	Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.	Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_A diterima. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_A ditolak.	$5,163 > 1,98498$ dan $0,000 < 0,05$ Berpengaruh signifikan	Diterima
H_3	Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.	Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_A diterima. Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dan $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_A ditolak.	$119,279 > 3,09$ dan $0,000 < 0,05$ Berpengaruh signifikan	Diterima

Sumber: Hasil data olah, 2022

4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *R Square*. Berikut adalah nilai koefisien determinasi.

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>		
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>
1	.843 ^a	.711

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan Barang (X2), Pengetahuan Produk (X1)

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat nilai *R Square* adalah sebesar 0,711 atau 71,1%. Hal ini berarti sebesar 71,1% variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan Produk, dan Ketersediaan Barang. Sedangkan sisanya sebesar 28,9% variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Citra Merek.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil uji parsial, Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,697 > 1,985$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$, yang berarti H_1 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan

oleh Elvina (2017) Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepuasan Konsumen Pada Isi Ulang Air Minum Depot Bening Water Dusun Lubuk Pakam dengan judul yang membuktikan bahwa hasil penelitian menunjukkan secara parsial maupun simultan Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan.

4.3.2 Pengaruh Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil uji parsial, Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,163 > 1,985$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$, yang berarti H_2 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sudarto Usuli (2011) dengan judul Pengaruh Persediaan terhadap Volume Penjualan Suku Cadang pada CV. Metro Jaya Mandiri Poso yang membuktikan bahwa hasil penelitian menunjukkan secara parsial maupun simultan Ketersediaan Produk berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan.

4.3.3 Pengaruh Pengetahuan Produk, dan Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil uji secara simultan, Pengetahuan Produk, dan Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu dengan nilai $119,279 > 3,09$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$, yang berarti H_3 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan

oleh Nafahatus Sahariyah dkk (2020) dengan judul Pengaruh Keramahan dan Pengetahuan Produk Beauty Advisor terhadap Peningkatan Penjualan Pond's di CV. Bin Wahab Group Sugio Lamongan yang membuktikan bahwa hasil penelitian menunjukkan secara parsial maupun simultan Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan adalah sebesar 71,1%. Volume Penjualan juga dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Citra Merek dengan persentase sebesar 28,9%.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang terhadap Volume Penjualan ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang sebesar satuan, maka Volume Penjualan akan mengalami peningkatan.
2. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia, yang berarti H_1 diterima.
3. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia, yang berarti H_2 diterima.
4. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia, yang berarti H_3 diterima.
5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa variabel Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang dapat menjelaskan keterkaitan dengan Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia.

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. PT. Star Sparta Indonesia harus lebih memperhatikan Pengetahuan Produk dalam meningkatkan Volume Penjualan, sebagai berikut:
 - a. Pengetahuan Produk dapat diperoleh melalui daftar barang yang dicetak perusahaan, oleh karena itu Perusahaan diharapkan dapat membuat daftar barang yang terbaru agar dapat dipelajari oleh para sales.
 - b. Pengetahuan Produk dapat diperoleh melalui pelatihan secara berkala, oleh karena itu Perusahaan diharapkan dapat membuat jadwal rapat setiap minggu untuk memastikan para sales memahami barang yang sedang di pasarkan.
2. PT. Star Sparta Indonesia harus lebih memperhatikan Ketersediaan Barang dalam meningkatkan Volume Penjualan, sebagai berikut:
 - a. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan Ketersediaan Barang adalah dengan memberikan daftar *stock* barang terbaru, oleh karena itu kepala gudang diwajibkan meng*update* daftar barang yang telah kosong kepada para sales setiap minggu.
 - b. Faktor lain yang dapat meningkatkan Ketersediaan Barang adalah mengecek *stock* setiap bulan, oleh karena itu kepala gudang sebaiknya membuat jadwal cek *stock* secara berkala agar dapat mengetahui barang yang telah kosong.

5.3 Saran Akademis

Berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan penulis kepada akademis, antara lain:

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Volume Penjualan pada PT. Star Sparta Indonesia selain variabel Pengetahuan Produk dan Ketersediaan Barang misalnya kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi dan variabel lainnya.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari beberapa konsumen saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh perusahaan yang bergerak dalam bidang sparepart motor di Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 96 responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.

- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.

- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.

- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.

- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Lampiran 1 : Kuesioner

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN KETERSEDIAAN BARANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. STAR SPARTA INDONESIA

IDENTITAS RESPONDEN

1. Gender : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan
2. Tipe Pembelian : ☐ Cash
☐ Kredit
3. Jumlah Pembelian : ☐ Di bawah Rp 5.000.000
☐ Rp 5.000.000 sampai Rp 10.000.000
☐ Di atas Rp 10.000.000

Petunjuk dalam pengisian kuesioner:

Dalam menjawab pernyataan ini, Bapak/Ibu, Saudara/i hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dan yang diinginkan dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban tersebut.

Keterangan pemberian nilai untuk setiap butir-butir kuesioner :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju (STS)

Variabel X₁ (Pengetahuan Produk)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Pengetahuan Tentang Karakteristik atau Atribut Produk						
Pengetahuan tentang karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk ataupun atribut yang terkandung pada produk tersebut.						
1	PT. Star Sparta Indonesia memiliki karyawan yang menguasai produknya.					
2	PT. Star Sparta Indonesia dapat menjelaskan dengan baik mengenai produk yang dijualnya kepada konsumen.					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pengetahuan Tentang Manfaat Produk						
Pengetahuan tentang manfaat produk yang akan didapatkan oleh konsumen setelah melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan perusahaan.						
3	PT. Star Sparta Indonesia dapat menerangkan dengan baik setiap manfaat produknya.					
4	PT. Star Sparta Indonesia mendapatkan kepercayaan atas penjelasan mengenai manfaat yang diberikan.					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pengetahuan Tentang Kepuasan Yang Diberikan Produk Bagi Konsumen						
Pengetahuan mengenai kepuasan yang akan didapatkan oleh konsumen setelah membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.						
5	PT. Star Sparta Indonesia mendapatkan banyak saran positif karena konsumen merasa puas.					
6	PT. Star Sparta Indonesia dapat menjelaskan dampak yang akan dirasakan konsumen setelah menggunakan produknya.					

Variabel X₂ (Ketersediaan Barang)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Sistem Komputerisasi						
Menggunakan sistem ini, kemungkinan pencatatan persediaan, pengurangan, dan pengolahan dilakukan dengan cepat. Selain itu komputer menyediakan data kapan harus dilakukan pemesanan kembali.						
1	PT. Star Sparta Indonesia menggunakan sistem komputerisasi ketika konsumen menanyakan persediaan.					
2	PT. Star Sparta Indonesia sering mengecek komputer pada saat konsumen menanyakan persediaan barang.					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Sistem Just In Time						
Metode ini hanya menyetarakan kecepatan di bagian produksi dengan bagian pengiriman.						
3	PT. Star Sparta Indonesia mengantarkan pesanan konsumen dengan tepat waktu.					
4	PT. Star Sparta Indonesia setelah persediaan dirasa sudah cukup maka langsung mengirimkan pesanan konsumen.					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Sistem Pengendalian ABC						
Metode ini memperkirakan bahwa pemakaian persediaan relative konstan. Metode ini memperhatikan faktor harga atau nilai persediaan, frekuensi pemakaian, resiko kehabisan barang.						
5	PT. Star Sparta Indonesia hanya menyediakan produk yang sering konsumen beli.					
6	PT. Star Sparta Indonesia sering kehabisan barang saat konsumen sedang membeli.					

Variabel Y (Volume Penjualan)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Mencapai Volume Penjualan						
Mencapai volume penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dengan adanya dukungan pembelian dari konsumen.						
1	PT. Star Sparta Indonesia dapat mencapai volume penjualan yang ditargetkan jika konsumen terus melakukan pembelian.					
2	PT. Star Sparta Indonesia memiliki volume penjualan yang baik atas pembelian konsumen.					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Mendapatkan Laba						
Jumlah pendapatan laba yang diperoleh oleh perusahaan ditentukan dengan tinggi atau rendahnya volume penjualan saat konsumen membeli produk yang ditawarkan perusahaan.						
3	PT. Star Sparta Indonesia akan mendapatkan laba jika konsumen membeli secara rutin.					
4	PT. Star Sparta Indonesia mendapatkan laba karena harga yang sesuai.					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Menunjang Pertumbuhan Perusahaan						
Pertumbuhan dan perkembangan sebuah perusahaan bergantung pada volume penjualannya sehingga pembelian dari konsumen sangat penting bagi perusahaan.						
5	PT. Star Sparta Indonesia dapat tumbuh dan berkembang dengan baik karena didukung oleh karyawan yang kaya akan pengetahuan.					
6	PT. Star Sparta Indonesia semakin berkembang karena konsumen merasa puas dan mempercayainya.					

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas

No	Pengetahuan Produk						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	3	3	3	5	20
2	5	4	5	4	4	4	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	5	5	28
6	4	3	4	3	3	4	21
7	5	4	5	4	3	2	23
8	2	2	2	2	4	4	16
9	3	2	3	2	4	1	15
10	4	3	4	3	4	3	21
11	3	4	3	4	4	1	19
12	3	3	3	3	4	3	19
13	3	2	3	2	3	4	17
14	4	5	4	5	5	5	28
15	4	5	4	5	5	4	27
16	4	4	4	4	3	5	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	3	4	3	2	5	21
19	4	5	4	5	4	4	26
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	4	3	19
22	4	5	4	5	5	5	28
23	2	2	2	2	1	2	11
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	2	3	17
26	2	2	2	2	2	2	12
27	3	4	3	4	4	3	21
28	2	2	2	2	1	2	11
29	1	2	1	2	1	3	10
30	2	1	2	1	1	2	9

Sumber: Hasil olah data, 2022

No	Ketersediaan barang						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	1	4	2	3	3	2	15
2	5	5	4	3	4	5	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	4	3	4	3	3	20
7	2	4	2	4	5	2	19
8	2	4	2	4	4	5	21
9	3	4	3	4	3	2	19
10	2	4	2	4	4	5	21
11	4	4	4	4	4	2	22
12	2	4	2	4	4	4	20
13	1	4	1	4	4	2	16
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	5	5	4	5	29
16	3	4	3	4	4	3	21
17	4	4	4	4	5	4	25
18	4	4	4	4	5	5	26
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	3	3	18
22	5	4	5	4	4	5	27
23	3	3	3	3	2	3	17
24	3	3	3	3	2	3	17
25	3	3	3	3	3	3	18
26	2	2	2	2	2	3	13
27	4	3	4	3	4	3	21
28	2	2	2	2	1	2	11
29	4	3	4	3	3	3	20
30	2	1	2	1	1	3	10

Sumber: Hasil olah data, 2022

No	Volume Penjualan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	1	4	2	3	3	2	15
2	5	5	4	3	4	5	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	4	3	4	3	3	20
7	2	4	2	4	5	2	19
8	2	4	2	4	4	5	21
9	3	4	3	4	3	2	19
10	2	4	2	4	4	5	21
11	4	4	4	4	4	2	22
12	2	4	2	4	4	4	20
13	1	4	1	4	4	2	16
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	5	5	4	5	29
16	3	4	3	4	4	3	21
17	4	4	4	4	5	4	25
18	4	4	4	4	5	5	26
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	3	3	18
22	5	4	5	4	4	5	27
23	3	3	3	3	2	3	17
24	3	3	3	3	2	3	17
25	3	3	3	3	3	3	18
26	2	2	2	2	2	3	13
27	4	3	4	3	4	3	21
28	2	2	2	2	1	2	11
29	4	3	4	3	3	3	20
30	2	1	2	1	1	3	10

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Pengetahuan Produk (X1)

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.798**	1.000**	.798**	.685**	.554**	.906**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.798**	1	.798**	1.000**	.792**	.597**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	1.000**	.798**	1	.798**	.685**	.554**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.798**	1.000**	.798**	1	.792**	.597**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.685**	.792**	.685**	.792**	1	.487**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.554**	.597**	.554**	.597**	.487**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.001	.006		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.906**	.946**	.906**	.946**	.849**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Validitas Ketersediaan Barang (X2)

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.541**	.979**	.520**	.508**	.631**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.003	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.541**	1	.550**	.913**	.840**	.556**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.002		.002	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.979**	.550**	1	.557**	.519**	.601**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.001	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.520**	.913**	.557**	1	.848**	.526**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.001		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.508**	.840**	.519**	.848**	1	.553**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.003	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.631**	.556**	.601**	.526**	.553**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.003	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.851**	.856**	.855**	.848**	.836**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Volume Penjualan (Y)

Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.709**	.736**	.884**	.506**	.336	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004	.069	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.709**	1	.880**	.803**	.595**	.538**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.736**	.880**	1	.612**	.610**	.548**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.884**	.803**	.612**	1	.491**	.344	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.006	.062	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.506**	.595**	.610**	.491**	1	.789**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.006		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.336	.538**	.548**	.344	.789**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.069	.002	.002	.062	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.826**	.903**	.885**	.812**	.812**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Pengetahuan Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	6

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Ketersediaan Barang (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.911	6

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Volume Penjualan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.905	6

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden

No	Pengetahuan Produk						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	3	3	3	5	20
2	5	4	5	4	4	4	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	5	5	28
6	4	3	4	3	3	4	21
7	5	4	5	4	3	2	23
8	2	2	2	2	4	4	16
9	3	2	3	2	4	1	15
10	4	3	4	3	4	3	21
11	3	4	3	4	4	1	19
12	3	3	3	3	4	3	19
13	3	2	3	2	3	4	17
14	4	5	4	5	5	5	28

No	Pengetahuan Produk						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
15	4	5	4	5	5	4	27
16	4	4	4	4	3	5	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	3	4	3	2	5	21
19	4	5	4	5	4	4	26
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	4	3	19
22	4	5	4	5	5	5	28
23	2	2	2	2	1	2	11
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	2	3	17
26	2	2	2	2	2	2	12
27	3	4	3	4	4	3	21
28	2	2	2	2	1	2	11
29	1	2	1	2	1	3	10
30	2	1	2	1	1	2	9
31	1	3	1	3	3	3	14
32	4	3	4	3	3	3	20
33	3	3	3	3	4	3	19
34	2	1	2	1	2	2	10
35	4	3	4	3	4	4	22
36	3	2	3	2	3	3	16
37	4	2	4	2	3	3	18
38	3	4	3	4	4	5	23
39	5	4	5	4	3	5	26
40	5	5	5	5	4	5	29
41	2	4	2	4	1	2	15
42	2	3	2	3	3	3	16
43	4	3	4	3	3	2	19
44	3	3	3	3	3	3	18
45	2	4	2	4	3	4	19
46	2	2	2	2	1	1	10

No	Pengetahuan Produk						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
47	1	2	1	2	1	2	9
48	3	3	3	3	2	3	17
49	3	4	3	4	3	3	20
50	1	2	1	2	2	2	10
51	2	1	2	1	2	2	10
52	3	2	3	2	3	3	16
53	2	4	2	4	2	2	16
54	3	2	3	2	1	2	13
55	4	2	4	2	3	2	17
56	2	3	2	3	2	1	13
57	2	1	2	1	1	2	9
58	3	4	3	4	3	3	20
59	5	4	5	4	4	5	27
60	5	4	5	4	4	5	27
61	2	2	2	2	3	3	14
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	4	5	4	3	4	25
64	4	4	4	4	4	5	25
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	4	5	4	5	4	27
67	3	2	3	2	3	2	15
68	4	4	4	4	4	3	23
69	3	4	3	4	4	4	22
70	4	4	4	4	3	3	22
71	3	4	3	4	4	4	22
72	4	3	4	3	4	4	22
73	3	4	3	4	4	4	22
74	3	5	3	5	4	5	25
75	2	3	2	3	3	3	16
76	4	4	4	4	4	4	24
77	3	3	3	3	3	3	18
78	4	4	4	4	3	3	22

No	Pengetahuan Produk						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
79	5	3	5	3	3	4	23
80	4	3	4	3	3	4	21
81	4	3	4	3	4	3	21
82	3	2	3	2	2	3	15
83	4	4	4	4	4	4	24
84	3	4	3	4	3	4	21
85	2	2	2	2	2	2	12
86	2	3	2	3	3	3	16
87	2	2	2	2	2	2	12
88	2	2	2	2	2	1	11
89	4	5	4	5	4	4	26
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	3	4	23
92	2	3	2	3	3	3	16
93	3	2	3	2	3	2	15
94	3	3	3	3	3	3	18
95	2	2	2	2	1	3	12
96	2	3	2	3	3	2	15

Sumber: Hasil olah data, 2022

No	Ketersediaan Barang						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	1	4	2	3	3	2	15
2	5	5	4	3	4	5	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	4	3	4	3	3	20
7	2	4	2	4	5	2	19
8	2	4	2	4	4	5	21
9	3	4	3	4	3	2	19
10	2	4	2	4	4	5	21

No	Ketersediaan Barang						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
11	4	4	4	4	4	2	22
12	2	4	2	4	4	4	20
13	1	4	1	4	4	2	16
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	5	5	4	5	29
16	3	4	3	4	4	3	21
17	4	4	4	4	5	4	25
18	4	4	4	4	5	5	26
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	3	3	18
22	5	4	5	4	4	5	27
23	3	3	3	3	2	3	17
24	3	3	3	3	2	3	17
25	3	3	3	3	3	3	18
26	2	2	2	2	2	3	13
27	4	3	4	3	4	3	21
28	2	2	2	2	1	2	11
29	4	3	4	3	3	3	20
30	2	1	2	1	1	3	10
31	2	2	2	2	1	1	10
32	3	3	3	3	3	2	17
33	3	3	3	3	2	3	17
34	3	3	3	3	3	2	17
35	3	3	3	3	3	3	18
36	2	2	2	2	2	2	12
37	2	2	2	2	2	3	13
38	4	3	4	3	3	4	21
39	4	4	4	4	4	3	23
40	4	5	4	5	4	4	26
41	4	2	4	2	1	1	14
42	2	4	2	4	3	3	18

No	Ketersediaan Barang						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
43	3	3	3	3	4	4	20
44	3	3	3	3	4	4	20
45	3	3	3	3	3	2	17
46	1	2	1	2	1	1	8
47	2	2	2	2	1	1	10
48	2	2	2	2	1	2	11
49	3	3	3	3	1	1	14
50	1	1	1	1	1	2	7
51	2	2	2	2	3	3	14
52	2	2	2	2	2	2	12
53	2	2	2	2	3	3	14
54	3	2	3	2	1	3	14
55	2	3	2	3	4	3	17
56	1	2	1	2	3	3	12
57	2	2	2	2	2	2	12
58	3	3	3	3	3	3	18
59	4	4	4	4	5	4	25
60	5	5	5	5	4	3	27
61	3	2	3	2	2	3	15
62	5	5	5	5	5	5	30
63	3	2	3	2	2	3	15
64	4	4	4	4	5	3	24
65	3	4	3	4	4	4	22
66	3	3	3	3	4	5	21
67	2	2	2	2	2	3	13
68	4	4	4	4	5	4	25
69	5	5	5	5	5	3	28
70	5	5	5	5	4	4	28
71	3	3	3	3	4	2	18
72	3	3	3	3	3	2	17
73	3	3	3	3	3	4	19
74	5	5	5	5	4	5	29

No	Ketersediaan Barang						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
75	3	3	3	3	2	2	16
76	4	3	4	3	3	3	20
77	3	3	3	3	3	3	18
78	3	3	3	3	4	4	20
79	3	3	3	3	3	3	18
80	4	3	4	3	3	3	20
81	4	3	4	3	4	3	21
82	4	4	4	4	3	3	22
83	4	3	4	3	3	4	21
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	3	4	23
86	2	1	2	1	1	2	9
87	3	3	3	3	2	2	16
88	2	1	2	1	1	2	9
89	4	5	4	5	4	4	26
90	4	4	4	4	3	3	22
91	4	3	4	3	3	4	21
92	4	2	4	2	1	3	16
93	3	3	3	3	2	2	16
94	2	3	2	3	3	3	16
95	2	2	2	2	2	3	13
96	3	2	3	2	2	3	15

Sumber: Hasil olah data, 2022

No	Volume Penjualan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	2	1	5	3	2	18
2	4	4	5	4	5	5	27
3	5	5	5	5	5	4	29
4	5	4	5	4	5	5	28
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	3	3	22

No	Volume Penjualan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
7	4	3	4	3	5	5	24
8	3	3	3	3	4	5	21
9	3	4	3	4	5	4	23
10	3	3	3	3	4	3	19
11	2	3	2	3	4	5	19
12	2	3	2	3	4	5	19
13	4	3	4	3	5	5	24
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	4	5	5	26
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	4	5	29
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	5	4	25
21	4	4	4	4	3	3	22
22	5	5	5	5	5	5	30
23	3	3	3	3	3	2	17
24	4	4	4	4	3	3	22
25	3	3	3	3	3	4	19
26	3	3	3	3	3	2	17
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	4	3	19
29	3	3	3	3	2	3	17
30	2	2	2	2	2	2	12
31	3	2	3	2	2	3	15
32	4	4	4	4	4	4	24
33	3	3	3	3	3	2	17
34	3	3	3	3	4	4	20
35	4	4	4	4	3	3	22
36	4	4	4	4	4	3	23
37	3	3	3	3	3	3	18
38	5	5	5	5	4	4	28

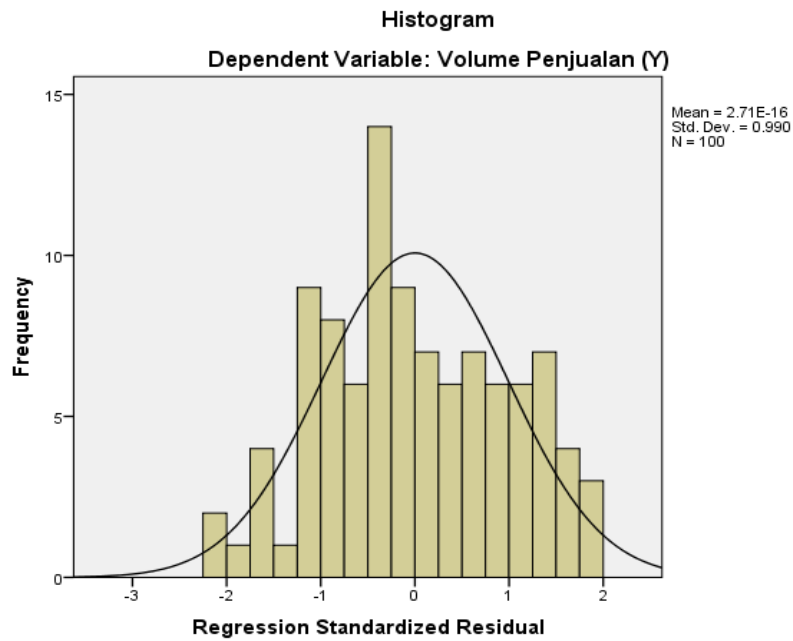
No	Volume Penjualan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
39	5	5	5	5	4	4	28
40	4	4	4	4	5	4	25
41	2	2	2	2	3	2	13
42	4	4	4	4	3	4	23
43	4	4	4	4	4	4	24
44	3	3	3	3	4	3	19
45	2	4	2	4	4	3	19
46	1	2	1	2	2	2	10
47	2	3	2	3	2	3	15
48	3	3	3	3	2	2	16
49	4	3	4	3	4	3	21
50	2	2	2	2	3	2	13
51	3	3	3	3	2	2	16
52	3	3	3	3	4	3	19
53	3	3	3	3	3	3	18
54	3	2	3	2	4	2	16
55	4	4	4	4	4	3	23
56	3	3	3	3	5	5	22
57	3	3	3	3	3	1	16
58	4	4	4	4	3	3	22
59	4	4	4	4	5	5	26
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	3	3	3	2	4	18
62	5	5	5	5	5	5	30
63	3	3	3	3	4	4	20
64	5	5	5	5	5	4	29
65	5	5	5	5	5	3	28
66	4	4	4	4	3	4	23
67	3	3	3	3	4	4	20
68	5	5	5	5	5	4	29
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	5	5	5	5	3	28

No	Volume Penjualan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
71	4	3	4	3	3	3	20
72	4	4	4	4	3	3	22
73	3	3	3	3	4	4	20
74	4	4	4	4	4	5	25
75	3	4	3	4	4	5	23
76	4	5	4	5	4	4	26
77	3	3	3	3	3	3	18
78	4	4	4	4	4	3	23
79	4	4	4	4	3	5	24
80	4	3	4	3	4	3	21
81	5	5	5	5	4	4	28
82	3	4	3	4	4	4	22
83	4	4	4	4	5	3	24
84	4	5	4	5	5	5	28
85	3	3	3	3	4	4	20
86	2	3	2	3	4	2	16
87	4	4	4	4	3	2	21
88	2	2	2	2	3	3	14
89	4	4	4	4	5	5	26
90	4	4	4	4	4	3	23
91	5	4	5	4	5	5	28
92	3	2	3	2	3	4	17
93	3	3	3	3	3	3	18
94	4	4	4	4	4	4	24
95	3	3	3	3	4	2	18
96	4	3	4	3	4	2	20

Sumber: Hasil olah data, 2022

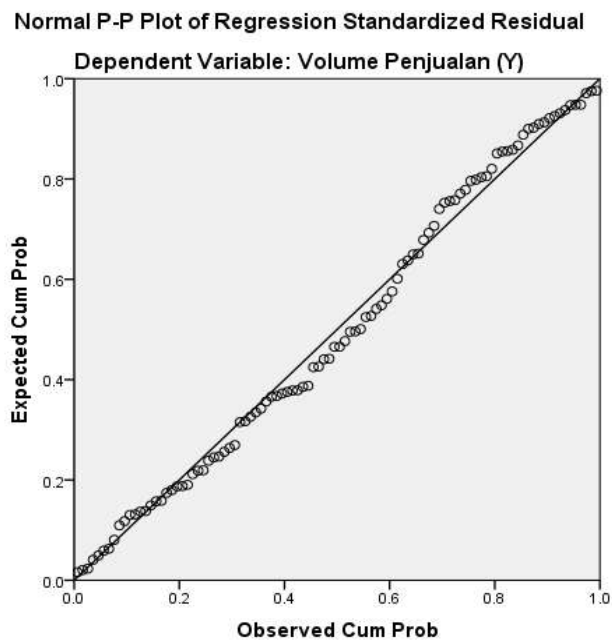
Lampiran 10 : Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas (Histogram)



Sumber: Hasil olah data, 2022

Uji Normalitas (Normal Probability-Plot)



Sumber: Hasil olah data, 2022

Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std.	2,51137493
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,063
	Negative	-,055
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

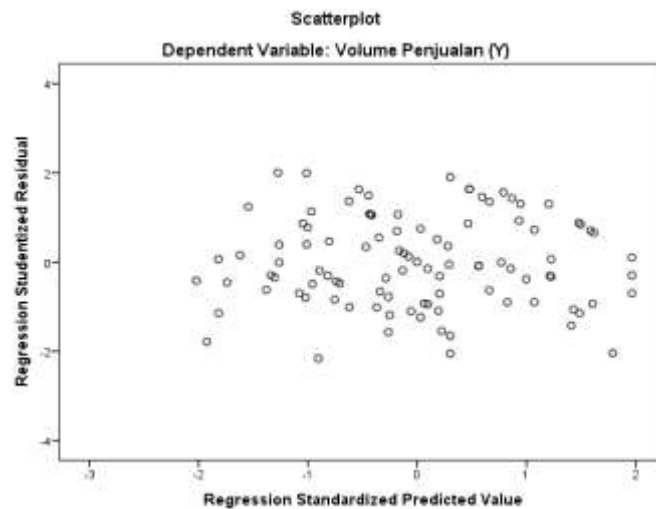
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 11 : Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot)



Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 12 : Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan Produk (X1)	.366	2.731
	Ketersediaan Barang (X2)	.366	2.731

a. Dependent Variabel: Volume Penjualan (Y)

Sumber: Hasil olah data, 2022

Lampiran 13 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear

Coefficients^a

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>
1 (Constant)	7.910	.947	
Pengetahuan Produk (X1)	.343	.073	.424
Ketersediaan Barang (X2)	.384	.074	.466

a. Dependent Variabel: Volume Penjualan (Y)

Sumber: Hasil olah data,2022

Lampiran 14 : Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

<i>Model</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1 (Constant)	8.350	.000
Pengetahuan Produk (X1)	4.697	.000
Ketersediaan Barang (X2)	5.163	.000

a. Dependent Variabel: Volume Penjualan (Y)

Sumber: Hasil olah data,2022

Lampiran 15 : Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	119.279	.000 ^b
<i>Residual</i>		
<i>Total</i>		

a. Dependent Variabel: Volume Penjualan (Y)

b. Predictors: (Constant), Ketersediaan Barang (X2), Pengetahuan Produk (X1)

Sumber: Hasil olah data,2022

Lampiran 16 : Uji Koefisien Determinasi (Uji R Square)

Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>
1	.843 ^a	.711

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan Barang (X2), Pengetahuan Produk (X1)

Sumber: Hasil olah data, 2022

SURAT IZIN OBSERVASI



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 24 September 2021

Nomor: 1851/R/STIE-EP/IX/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT. Star Sparta Indonesia
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Ellyn
NIM	: 181010288
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persediaan Barang Terhadap Volume Penjualan Pada PT Star Sparta Indonesia

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Star Sparta Indonesia yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

SURAT BALASAN OBSERVASI



PT. STAR SPARTA INDONESIA

Jl. Gaharu No. 86 Telp. (061) 4578838 Medan

Medan, 10 Januari 2022

Hal : Konfirmasi Observasi

Kepada Yth
Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Ketua STIE Eka Prasetya
Di Medan

Dengan Hormat,
Dengan diterimanya surat permohonan observasi, kami menerima dan memberikan izin melakukan observasi di PT. Star Sparta Indonesia kepada mahasiswi yang bertanda dibawah ini.

Nama : Ellyn
Nim : 181010288
Program Studi : Manajemen (S1)

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswi tersebut dapat kami untuk melaksanakan observasi di perusahaan kami.

Demikian surat ini kami perbuat dan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
PT. Star Sparta Indonesia

Iwan
Manager

KARTU AUDIENCE



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Kiyan
 NIM : 161010019
 PROGRAM STUDI : Manajemen

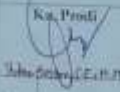
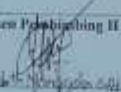
NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Selasa, 03 Maret 2020	Dena Thalia JUDUL PROPOSAL: Pengaruh bauran pemasaran dan segmentasi pasar terhadap Astrakhan pada PT. Haseinto Jaya Medan	161010145	
2	Selasa, 03 Maret 2020	Herry JUDUL PROPOSAL: Pengaruh word of Mouth dan faktor Quality Management terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Intomas Toko Kelontong Abadi	161010048	
3	Selasa, 03 Maret 2020	Kerna Oliver Josen JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kualitas Jasa dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian untuk nasabah bank PT. Bank Tabungan Pasa dan Tab. Cabang Gedung Trade Center Medan	161010052	
4	Selasa, 10 Maret 2020	Kasim Hala JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kebijakan harga dan strategi pemasaran terhadap Value Proposisi pada T.B. Maja Jaya	161010127	
5	Selasa, 10 Maret 2020	Katrina JUDUL PROPOSAL: Pengaruh persepsi Citra Merek dan faktor terhadap keputusan pembelian sebagai Prime dan School	161010100	
6	Selasa, 10 Maret 2020	Steven JUDUL PROPOSAL: Pengaruh brand loyalty dan persepsi konsumen terhadap minat beli di merek MATA 2 pada PT. Jember Trading Coy Medan	161010076	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 12 Maret 2020
 Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

KARTU BIMBINGAN

 STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI	
FOTO 3X4	Nama Mahasiswa	Elysa	
	NIM	16004200	
	Konentrasi	Manajemen Pemasaran	Kelas: B
	Nomor HP, No. WA	081367809038	Email: Elysa@ekaprasetyamedia.com
	Alamat Tinggal	Jl. Tanjung Da. 42	
	Dosen Pembimbing Akademik		
TTD :			
Ka. Prodi 	Dosen Pembimbing I 	Dosen Pembimbing II 	Mahasiswa 
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing I II
1	14 Sept 21	Bimbingan Judul Skripsi	
2	21 Sept 21	Bimbingan Judul Skripsi	
3	21 Sept 21	ACC Judul Skripsi (dengan catatan: perlu revisi dan disesuaikan kembali dengan format penulisan pada F1. Skripsi 3 bab)	
4	17 Sept 2021	Bimbingan dan pengisian pendahuluan proposal (Online)	
5	21 Sept 2021	Bimbingan layout Bab I	
6	26 Sept 2021	Bimbingan layout Bab II	
7	30 Nov 2021	Bimbingan layout Bab II	
8	1 Des 2021	ACC Proposal dan tang. Jawab	
9	11 Jan 2022	Tabel Perhitungan ulang	
10		Data kuesioner bgs	
11		Verifikasi Identifikasi	
12		Cek teori semuanya	
13		Perbaiki standar error sampai 5%	
14			
15	21.1.22	Soalan kuesioner	
16	22-01-22	ACC kuesioner / ACC sampre	
17	24-1-22	Bimbingan hasil penelitian	
18	04/5-22	Bimbingan layout Bab 4-5 (Revisi 1)	
19	10/5-2022	Bimbingan layout Bab 4-5 (Revisi 2)	
20	14/5-2022	Bimbingan layout Bab 4-5	
21	17/5-2022	ACC Skripsi	
22	13/6-2022	Bimbingan Bab 4-5	
23	18/6-2022	Revisi Bab 4	
24	14/6-2022	ACC map hijau	
25	14/6-2022	Bimbingan Setelah revisi	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Ellyn
Tempat / Tanggal Lahir	: Medan, 05 Desember 2000
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jln. Tamiang no 42
Alamat E-mail	: ellynkhungg@gmail.com
Agama	: Buddha
Handphone (HP)	: 081362589038

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2006 s/d Tahun 2012	: SD WR Supratman 1
2. Tahun 2012 s/d Tahun 2015	: SMP Buddhis Bodhicitta
3. Tahun 2015 s/d Tahun 2018	: SMA Buddhis Bodhicitta
4. Tahun 2018 s/d Tahun 2022	: STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

1. Tahun 2018 s/d Tahun 2020	: Toko Asia Elektrik
2. Tahun 2020 s/d Sekarang	: PT.Star Sparta Indonesia

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Darmawan
Tempat/Tanggal Lahir	: Brastagi, 01 Oktober 1967
Pekerjaan	: Wiraswata
Alamat	: Jln. Tamiang no 42
Nama Ibu	: Juliana
Tempat/Tanggal Lahir	: Medan, 05 Juli 1975
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
Alamat	: Jln. Tamiang no 42

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 30 Mei 2022
Penulis

Ellyn