

**PENGARUH COVID 19 DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP VOLUME PENJUALAN UMKM
DI MASA PANDEMI PADA
PUSAT PASAR MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
CATRIN
171010032**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2021**

Judul : **PENGARUH COVID 19 DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP VOLUME
PENJUALAN UMKM DI MASA PANDEMI
PADA PUSAT PASAR MEDAN**

Nama : **Catrin**

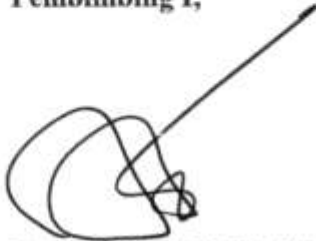
NIM : **171010032**

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,



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601

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

Judul : **PENGARUH COVID 19 DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP VOLUME PENJUALAN UMKM DI
MASA PANDEMI PADA PUSAT PASAR MEDAN**

Nama : **Catrin**
NIM : **171010032**
Jurusan : **Manajemen**
Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Pada 08 Juli 2021
Dewan Penguji

Penguji I : **Dedy Lazuardi, S.E., M.M.**
NIDN : **0127117801**

Penguji II : **Bambang Sutejo, S.E., M.M.**
NIDN : **0104127801**

()
()

08-08-21

STIE Eka Prasetya,
Ketua


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

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

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

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut diatas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarism dan sanksi akademik lainnya dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Catrin
NIM	171010032
Judul Skripsi	Pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan UMKM di Masa Pandemi Pada Pusat Pasar Medan
Pembimbing Skripsi yang diusulkan :	
Pembimbing – I	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Pembimbing – II	Muhammad Ali Akbar, S.Pd., M.M.

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

Medan, 09 Juni 2021



Catrin
171010032



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : CATRIN
NIM : 171010032
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tan Pimp. Sem
1	Selasa 03 Maret '20	DENA THALIA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh bauran pemasaran & segmentasi pasar terhadap penjualan properti perumahan pada PT. HOSEINIA KARYA MEDAN	161010145	
2	Selasa 03 Maret '20	HERRY JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Word of Mouth & total Quality Management terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. INDOMAS TIRTA KENCANA ABADI	161010048	
3	Selasa 03 Maret '20	CITRA DEWI JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kepemimpinan diri & motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi manajemen STE EKA PRASETYA MEDAN	161010134	
4	Kamis 05 Maret '20	Riana JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Pelayanan & Kepercayaan terhadap keputusan menggunakan jasa ekspedisi muatan kapal laut PT. ANUGERAH KREASI SELARAS MEDAN	161010060	
5	Kamis 05 Maret '20	William JUDUL PROPOSAL: Pengaruh strategi experiential marketing & komitmen terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mekada Abadi Medan	171010122	
6	Kamis 05 Maret '20	Vivian JUDUL PROPOSAL: Pengaruh citra merek & saluran distribusi terhadap penjualan Pestisida pada PT. PANCA KURNIA NUSA	16100094	
7		JUDUL PROPOSAL :		
8		JUDUL PROPOSAL :		

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

Medan, 05 Maret 2020
Ketua STE Eka Prasetya

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



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 : ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id

Medan, 18 Maret 2021

Nomor : 1571/R/STIE-EP/III/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu Pimpinan Toko Halay Fashion

Di-

Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Catrin
NIM	: 171010032
Semester	: VIII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Umkm di Masa Pandemi Pada Pusat Pasar Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke Toko Halay Fashion 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

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

Judul : **PENGARUH COVID 19 DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP VOLUME PENJUALAN UMKM DI
MASA PANDEMI PADA PUSAT PASAR MEDAN**

Nama : **Catrin**
NIM : **171010032**
Jurusan : **Manajemen**
Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Pada 08 Juli 2021
Dewan Penguji

Penguji I : **Dedy Lazuardi, S.E., M.M.**
NIDN : **0127117801**

Penguji II : **Bambang Sutejo, S.E., M.M.**
NIDN : **0104127801**

()
()

08-08-21

STIE Eka Prasetya,
Ketua


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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : CATRIN
Tempat / Tanggal Lahir : MEDAN, 25 AGUSTUS 1999
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Alamat : JL. BRIGJEND HAMID KATAMSO GG
KOPEL NO 5A MEDAN
Alamat E-mail : CATRINFONG98@GMAIL.COM
Agama : BUDDHA
Status : BELUM KAWIN
Handphone (HP) : 0822-7319-3878

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2004 s/d Tahun 2005 : TK A & TK B
Tahun 2006 s/d Tahun 2011 : SD
Tahun 2012 s/d Tahun 2014 : SMP
Tahun 2015 s/d Tahun 2017 : SMA

RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun 2018 s/d Sekarang : STAFF DEALER KURS (MONEY CHANGER)

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : -
Pekerjaan : -
Handphone (HP) : -
Alamat : -

Nama Ibu : Fong Sioe Jeng
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 0812-6032-7177 / 085100103811
Alamat : JL. BRIGJEND HAMID KATAMSO GG
KOPEL NO 5A MEDAN

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

Medan, 02 Juni 2021
Penulis


CATRIN

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 Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua saya yang tercinta, saudara-saudari saya serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, 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 bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 09 Juni 2021
Penulis



Catrin
171010032

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 dengan judul **“PENGARUH COVID 19 DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN UMKM DI MASA PANDEMI PADA PUSAT PASAR MEDAN”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
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. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Fransiska Karolina Tampubolon, M.Pd.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.

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 Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua saya yang tercinta, saudara-saudari saya serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, 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 bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 02 Juni 2021

Penulis



CATRIN

ABSTRAK

Catrin, 171010032, 2021, Pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan UMKM di Masa Pandemi Pada Pusat Pasar Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Covid 19 terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion, mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion, mengetahui pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion.

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 responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada produk pakaian Toko Halay Fashion selama periode 2020 sebanyak 2.555 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Volume Penjualan = 2,911 - 0,176 Covid 19 + 0,824 Kualitas Produk + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Covid 19 memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $-t_{hitung} 2,390 < -t_{tabel} 1,660$. Hasil analisis menunjukkan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 10,861 > t_{tabel} 1,660$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Covid 19 dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 59,022 > F_{tabel} 2,36$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R^2) = ,559 artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Covid 19 dan Kualitas Produk sebesar 55,9% sedangkan sisanya 44,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti persepsi, motivasi, perilaku, layanan, kepuasan, loyalitas konsumen, dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Covid 19, Kualitas Produk, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Catrin, 171010032, 2021, *The Effect of Covid 19 and Product Quality on MSME Sales Volume during a Pandemic Period at the Medan Market Center, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Advisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.*

This study aims to determine the effect of Covid 19 on Sales Volume at Halay Fashion, determine the effect of Product Quality on Sales Volume at Halay Fashion, determine the effect of Covid 19 and Product Quality on Sales Volume at Halay Fashion.

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 obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all consumers who make purchases on clothing products at the Halay Fashion Store during the 2020 period as many as 2,555 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 96 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation $\text{Sales Volume} = 2.911 - 0.176 \text{ Covid 19} + 0.824 \text{ Product Quality} + e$.

The results of the research analysis show that Covid 19 has a negative and significant effect on Sales Volume at Halay Fashion based on the results of a partial hypothesis test, namely $-t_{\text{count}} 2,390 < -t_{\text{table}} 1.660$. The results of the analysis show that product quality has a positive and significant effect on sales volume at Halay Fashion based on the results of partial hypothesis testing, namely $t_{\text{count}} 10,861 > t_{\text{table}} 1,660$.

The results showed that Covid 19 and Product Quality had a positive and significant effect on Sales Volume at Halay Fashion based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely $F_{\text{count}} 59.022 > F_{\text{table}} 2.36$. The results of this study are supported by the value of R square (R^2) = .559, meaning that the Sales Volume variable can be explained by the Covid 19 variable and the Product Quality of 55.9% while the remaining 44.1% is influenced by other factors originating from outside the research model. such as perception, motivation, behavior, service, satisfaction, customer loyalty, and various other variables.

Keywords: Covid 19, Product Quality, Sales Volume.

MOTTO

"Quesera sera

Whatever will be, will be

The future's not ours to see

Quesera sera."

(Doris Day)

"When I was a boy I used to love heroes

But now the more I grow up and seeing

this world, the more I understand villain

and love them."

(Kiestaris Norwieht)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan Skripsi ini untuk ayah dan ibu yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terima kasih atas semua cinta yang telah ayah dan ibu berikan kepada saya.

Karena kalian berdua, hidup terasa begitu mudah dan penuh kebahagiaan. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika memiliki orang tua sehebat kalian, yang lebih memahami kita daripada diri kita sendiri. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untukku.

Terima kasih karena selalu menjaga saya dalam doa-doa ayah dan ibu serta selalu membiarkan saya mengejar impian saya apa pun itu. Terima kasih juga karena selalu ada untukku.

Ibu dan ayah yang telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit. Tapi saya berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Saya ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Saya akan tumbuh, untuk menjadi yang terbaik yang saya bisa. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk ayah dan ibu.

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..... xv

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Batasan Masalah..... 6

1.4 Rumusan Masalah 6

1.5 Tujuan Penelitian 7

1.6 Kegunaan Penelitian..... 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1	Landasan Teori.....	8
2.1.1	Teori Volume Penjualan	8
2.1.1.1	Pengertian Volume Penjualan.....	8
2.1.1.2	Tujuan Penjualan	9
2.1.1.3	Manfaat Penjualan	9
2.1.1.4	Faktor Mempengaruhi Volume Penjualan	10
2.1.1.5	Indikator Volume Penjualan	11
2.1.2	Teori Tentang Covid 19	11
2.1.2.1	Pengertian Covid 19.....	11
2.1.2.2	Dampak Covid 19	12
2.1.2.3	Indikator Covid 19	12
2.1.3	Teori Tentang Kualitas Produk	13
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.3.2	Klasifikasi Kualitas Produk	14
2.1.3.3	Indikator Kualitas Produk	15
2.2	Penelitian Terdahulu	16
2.3	Kerangka Konseptual	18
2.4	Hipotesis Penelitian.....	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.1.1	Lokasi Penelitian	19
3.1.2	Waktu Penelitian.....	19

3.2	Jenis dan Sumber Data	19
3.2.1	Jenis Data	19
3.2.2	Sumber Data.....	19
3.3	Populasi dan Sampel	20
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6	Teknik Analisis Data.....	23
3.6.1	Uji Validitas	23
3.6.2	Uji Reliabilitas	24
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	25
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas.....	26
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	26
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.6.5	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	28
3.6.6	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	28
3.6.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian	30
4.1.1	Sejarah Singkat Toko.....	30
4.2	Hasil Penelitian	30
4.2.1	Karakteristik Responden.....	30
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
4.2.2.1	Uji Validitas.....	33

4.2.2.2 Uji Reliabilitas	35
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	37
4.2.3.1 Uji Normalitas	37
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	40
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	41
4.2.4 Teknik Analisis Data	43
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	44
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) ...	46
4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
4.3 Pembahasan	49

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS

5.1 Kesimpulan	51
5.2 Implikasi Manajerial	52
5.3 Saran Akademis	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IJIN RISET

SURAT BALASAN RISET

FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen UMKM Pusat Pasar Medan	
Periode 2020	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Halay Fashion di Pusat Pasar Medan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Nominal Pembelian	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	32
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kegunaan Pembelian	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Covid 19 (X_1)	33
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (Y)	35
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Covid 19 (X_1)	36
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	36
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan (Y)	37
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Statistik Normalitas	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)	45

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Serempak (Uji-F).....	47
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinan (R^2)	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	38
Gambar 4.2 Normal <i>Probability Plot of Regression</i>.....	39
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Covid 19 (X_1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Covid 19 (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Produk (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Produk (X_2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Volume Penjualan (Y)**
- 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 *Scatterplot***
- Lampiran 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Keberadaan pasar pada hakikatnya bertujuan untuk memberikan Pelayanan kepada masyarakat agar dapat memenuhi berbagai keinginan yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup sehari-hari. Tetapi pada perkembangan sekarang ini, pasar tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari namun juga menawarkan benda-benda lain disamping itu. Sebagai pusat, pasar dengan segala perangkat yang ada didalamnya secara tidak langsung membangun sebuah hubungan Sosial dan juga proses perkembangan Ekonomi karena selain konsumen saling bertemu baik dengan konsumen lainnya ataupun dengan pedagang pasar, perputaran Ekonomi juga terjadi karena adanya transaksi yang dilakukan. Menyadari pentingnya peranan pasar, maka kini hampir setiap kota bahkan di desa terpencil sekalipun memiliki pasar seperti Pusat Pasar yang berlokasi di Medan.

Pusat Pasar merupakan pasar terbesar yang ada di kota Medan yang telah berdiri sejak tahun 1933 dengan tujuan sebagai tempat untuk memudahkan segala kebutuhan pokok masyarakat. Pusat Pasar yang terus mengalami perkembangan dengan cepat menjadikannya sebagai mesin aktivitas komersil penggerak Ekonomi. Pusat Pasar ini juga dikenal akan keramaiannya karena banyak sekali

pengunjung yang datang melakukan pembelian pakaian disana dan salah satunya adalah pada toko baju Halay Fashion. Berikut ini jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada produk pakaian di Toko Halay Fashion selama periode 2020 pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen UMKM Pusat Pasar Medan Periode 2020

Nama UMKM	Jumlah Konsumen Pertahun
Toko Halay Fashion	2.555

Sumber: Hasil Observasi, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa setidaknya terdapat sebanyak 2.555 konsumen yang melakukan pembelian pada Toko Halay Fashion. Konsumen yang membeli menilai karena selain memiliki banyak sekali varian produk pakaian yang ditawarkan, harga yang ditawarkan juga lebih murah dari tempat lainnya. Dengan terkenalnya Pusat Pasar akan banyaknya pedagang pakaian yang ada membuat para pengusaha baru ingin mencoba untuk membuka usaha pakaiannya juga disana sehingga tidak mengherankan jika semakin lama, pasar tersebut semakin ramai akan pedagang pakaiannya.

Sejak awal tahun 2020, Indonesia atau lebih tepatnya seluruh dunia diserang oleh pandemi Covid-19. Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh virus *severe acute respiratoru syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) yang dapat menyebabkan gangguan pada sistem pernapasan, mulai dari gejala yang ringan hingga berat. Pandemi Covid-19 yang berlangsung sejak awal tahun 2020 telah memukul berbagai sektor perekonomian dan sosial di Indonesia. Sebelum terserangnya pandemi Covid-19, pedagang pakaian yang ada di Pusat Pasar dapat dengan mudah melakukan penjualan pada produk mereka. Akan tetapi, setelah

terserang pandemi Covid-19, pedagang pasar dinilai mengalami penurunan pada Volume Penjualan mereka. Menurut Ngalimun, dkk (2019:229), Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Berikut ini dapat dilihat Volume Penjualan pakaian yang dari Toko Halay Fashion dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Penjualan Toko Halay Fashion di Pusat Pasar Medan

Tahun	Jumlah Penjualan
2016	Rp. 3.125.524.000
2017	Rp. 3.345.718.000
2018	Rp. 3.462.520.000
2019	Rp. 3.509.817.000
2020	Rp. 2.628.395.000

Sumber: Toko Halay Fashion, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa selama ini penjualan toko Halay Fashion terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahunnya dimana pada tahun tertentu toko mengalami peningkatan yang pesat, adapula pada tahun tertentu juga hanya mengalami peningkatan secara perlahan. Akan tetapi, pada tahun 2020 Volume Penjualan dinilai mengalami penurunan yang cukup drastis karena adanya pandemi Covid 19 yang menyebabkan toko sepi akan pengunjungnya selama beberapa bulan dan menyebabkan penjualan menjadi terhambat.

Menurut Budiman (2020:1), Covid 19 merupakan virus yang sangat berbahaya dan mematikan karena membuat orang yang terjangkiti menderita penyakit pneumonia yaitu infeksi yang menyerang jaringan dan kantung udara di

paru-paru dan penanganan yang serius dan kebijakan yang tegas dan tepat sasaran untuk menyelesaikan krisis ekonomi tersebut. Sejak kasus Covid-19 meningkat di Indonesia, berbagai permasalahan sosial dan ekonomi muncul di tengah masyarakat. Untuk hal ini, banyak masyarakat yang sangat takut akan terjangkitnya virus tersebut sehingga memilih untuk tidak keluar dari rumah dan menutup tokonya untuk sementara. Ketakutan yang dialami oleh masyarakat membuat mereka tidak berani pergi ke tempat yang memiliki resiko lebih tinggi untuk terjangkit sehingga banyak konsumen yang memutuskan untuk tidak pergi ke Pusat Pasar melakukan pembelian terlebih dahulu. Hal tersebut tentunya memberikan dampak yang kurang baik bagi pedagang yang ada di Pusat Pasar karena konsumen yang biasa melakukan pembelian menjadi tidak melakukan pembelian selama berbulan-bulan. Akan tetapi, sejak adanya kebijakan *new normal* dari pemerintah membuat para pengusaha mulai beroperasi kembali dan beberapa konsumen mulai berani kembali untuk melakukan pembelian.

Perihal lainnya adalah Kualitas Produk dimana menurut Untari (2019:22), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Untuk hal ini, Produk baru masih belum tersedia tepat waktu dikarenakan pandemi Covid 19 sehingga distribusi yang biasanya tepat waktu masuk ke toko menjadi terhambat. Hal tersebut membuat konsumen hanya memiliki pilihan pada produk-produk lama yang tersedia dimana Kualitas Produknya juga tidak sebaik Kualitas dari produk yang baru masuk seperti sebagian pakaian dinilai memiliki kemasan yang terlihat kotor dan kusam. Adapun sebagian model pakaian telah

lama dan susah untuk dijual kembali sehingga banyak konsumen yang memilih untuk tidak membelinya dan membuat pedagang harus menunggu sampai dengan adanya konsumen yang berminat pada produk tersebut. Terlebih lagi untuk sebagian merek yang dinilai terus mengeluarkan model terbaru dan tipe-tipe pakaian terbaru membuat model lama dari merek tersebut tidak dapat terjual lagi. Untuk sebagian toko memilih untuk tidak melakukan persediaan terhadap model baru sampai dengan model lamanya terjual sehingga membuat konsumen memilih untuk mencari di tempat lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH COVID 19 DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN UMKM DI MASA PANDEMI PADA PUSAT PASAR MEDAN”**

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir adanya penurunan Volume Penjualan selama masa pandemi disebabkan oleh:

1. Covid 19 yang menjadi sumber masalah bagi segala perekonomian di Indonesia membuat masyarakat takut untuk keluar melakukan pembelian pada produk yang dibutuhkannya sehingga membuat pedagang pakaian mengalami penurunan drastis pada jumlah konsumen yang mengunjungi tokonya.
2. Produk baru masih belum tersedia tepat waktu dikarenakan pandemi Covid 19 sehingga distribusi yang biasanya tepat waktu masuk ke toko

menjadi terhambat. Hal tersebut membuat konsumen hanya memiliki pilihan pada produk-produk lama yang tersedia dimana Kualitas Produknya juga tidak sebaik Kualitas dari produk yang baru masuk seperti kemasan yang terlihat kotor dan kusam, model telah lama dan varian yang terbatas sehingga membuat toko sedikit kesulitan untuk melakukan penjualan.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Covid 19 (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y). Objek penelitian ini adalah salah satu UMKM Pusat Pasar Medan yaitu Toko Halay Fashion.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah ada pengaruh Covid 19 terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan ?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan ?
3. Apakah ada pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Covid 19 terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berbagai kalangan antara lain :

1. Bagi UMKM Pusat Pasar Medan
Sebagai dasar peningkatan keunggulan dalam bersaing pada bidang sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan.
2. Bagi Akademisi
Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Covid 19 dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Volume Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Volume Penjualan

Penjualan selalu dihubungkan dengan istilah volume penjualan. Volume Penjualan merupakan salah satu bentuk baku dari kinerja perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari kondisi Volume Penjualan secara keseluruhan. Volume Penjualan disini juga sebagai salah satu bentuk kinerja perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya, tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Salah satunya ialah dengan meningkatkan Volume Penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Ngalimun, dkk (2019:229), Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Sedangkan menurut JUD (2016:96), Volume Penjualan adalah salah satu fungsi dari perusahaan di samping fungsi produksi dan administrasi yang bertujuan untuk menjual sebanyak-banyaknya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.

Menurut Soemohadiwidjojo (2017:61), Volume Penjualan adalah jumlah produk yang terjual dalam jangka waktu satu tahun dimana satuan yang digunakan bergantung pada barang yang dijual. Adapun menurut Husna (2020:40), Volume Penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau Tingkat atau unit suatu produk. Sedangkan menurut Alvonco (2014:235),

Volume Penjualan adalah salah satu fungsi pemasaran yang menentukan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Volume Penjualan adalah jumlah produk yang terjual dalam jangka waktu satu tahun dimana satuan yang digunakan bergantung pada barang yang dijual.

2.1.1.2 Tujuan Penjualan

Menurut Nglimun, dkk (2019:228), penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.

2.1.1.3 Manfaat Penjualan

Menurut JUD (2016:96), penjualan berfungsi untuk meyakinkan pembeli tentang manfaat dan kegunaan produk yang dijualnya. Penjual berusaha menarik perhatian pembeli (*attention*), minat (*interest*), keinginan (*desire*), dan tindakan (*action*) untuk membeli. Penjual berusaha untuk meyakinkan pembeli akan manfaat dan kegunaan produk yang dijual serta membantu memberikan solusi yang dihadapi pembeli dengan tujuan agar pembeli dapat merealisasi pembeliannya.

2.1.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Menurut Marwanto (2019:181), ada beberapa hal yang sangat mempengaruhi terhadap sukses atau tidaknya penjualan yaitu sebagai berikut ini:

1. Kualitas produk

Kualitas produk yang dijual akan sangat mempengaruhi tingkat penjualan. Kualitas produk yang kurang baik akan menyebabkan konsumen kecewa dan akan berpaling kepada produk yang lain. Ada baiknya jika melakukan pengawasan terhadap produk-produk yang akan dijual agar kualitas produk selalu terjaga.

2. Selera konsumen

Selera konsumen jelas sangat berpengaruh pada penjualan, hal tersebut disebabkan karena konsumen yang menggunakan produk, jadi mereka tahu baik buruknya sebuah produk. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan harus selalu melakukan inovasi pada produk yang akan dijual agar konsumen tidak bosan dan menjadi lebih banyak pilihan.

3. Kemampuan penjual

Seorang penjual harus mampu mengenali produk yang dijual sampai detail, hal ini agar penjual tidak kalah pintar dengan konsumen, penjual harus mengetahui kelemahan dan keunggulan produk yang dijualnya.

4. Persaingan pasar

Dalam setiap bisnis tentu ada persaingan, dan sebagai penjual harus mengetahui siapa saja yang menjadi pesaing, apa produk yang dijualnya, berapa harganya dan kelebihan serta kekurangannya.

2.1.1.5 Indikator Volume Penjualan

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

1. Mencapai Tingkat Penjualan
2. Mendapatkan laba
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

2.1.2 Teori Tentang Covid 19

2.1.2.1 Pengertian Covid 19

Virus Corona atau Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut Covid 19. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian.

Menurut Sudarsana (2020:15), Covid 19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh SARS Coronavirus 2 yang baru ditemukan.

Menurut Budiman (2020:1), Covid 19 merupakan virus yang sangat berbahaya dan mematikan karena membuat orang yang terjangkiti menderita penyakit *pneumonia* yaitu infeksi yang menyerang jaringan dan kantung udara di paru-paru dan penanganan yang serius dan kebijakan yang tegas dan tepat sasaran untuk menyelesaikan krisis ekonomi tersebut.

Menurut Marzuki (2021:1), Virus Corona adalah bagian dari keluarga besar virus yang dapat menyebabkan infeksi pada bagian saluran pernapasan bagian atas dengan tingkat ringan dan sedang.

Menurut Wijoyo, dkk (2020:12), Covid 19 merupakan genus Coronavirus dan memiliki karakteristik genetic yang berbeda dari SARS dan MERS.

Menurut Lestari (2020:91), Covid 19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus jenis baru.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa arti penting Covid 19 merupakan virus yang sangat berbahaya dan mematikan karena membuat orang yang terjangkiti menderita penyakit *pneumonia* yaitu infeksi yang menyerang jaringan dan kantung udara di paru-paru dan penanganan yang serius dan kebijakan yang tegas dan tepat sasaran untuk menyelesaikan krisis ekonomi tersebut.

2.1.2.2 Dampak Covid 19

Menurut Nugroho, dkk (2020:9), pandemi Covid-19 memberikan dampak pada kehidupan sosial. Munculnya pandangan isolasi orang terdampak dan pembatasan interaksi sosial skala besar sebagai respon efektif, tentunya akan mendorong peluang terjadinya transformasi sosial.

Menurut Nugroho, dkk (2020:15), pandemi Covid-19 ini juga membawa kejutan ekonomi, keuangan dan sosial bagi masyarakat Indonesia maupun negara-negara di dunia. Kejutan ini menimbulkan penurunan tajam pada produksi, rantai pasokan dan konsumsi masyarakat.

2.1.2.3 Indikator Covid 19

Menurut Sudarsana (2020:88), upaya preventif mengatasi kepanikan yang berlebihan dan mengurangi kemungkinan tertular adalah:

1. Hindari keramaian, berpergian ke tempat umum, atau *travelling* ke Negara lain.
2. Kurangi kontak fisik, termasuk urusan pembayaran.
3. Cuci tangan dan melaksanakan sterilisasi secara berkala terhadap barang dan tempat yang sering dilalui.
4. Jaga kesehatan dengan berolahraga, perbanyak konsumsi makanan sehat.
5. Waspada tentu diperlukan, namun dipastikan tidak panik.
6. *Update* diri dengan berita resmi dari pemerintah dan media terpercaya.

2.1.3 Teori Tentang Kualitas Produk

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, baik itu produk barang atau produk layanan jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reliabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Damiani, dkk (2017:184), Kualitas Produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa.

Menurut Firmansyah (2019:8), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Menurut Astuti dan Matondang (2020:7), Kualitas Produk adalah sebuah faktor dari produk tersebut yang dapat diukur nilai-nilainya dari produk tersebut apakah sesuai dengan standar.

Menurut Untari (2019:22), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Menurut Mursidi, dkk (2020:31), Kualitas Produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

2.1.3.2 Klasifikasi Kualitas Produk

Menurut Riyadi (2017:102), klasifikasi Kualitas Produk dibagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Barang Konsumen

Yaitu barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri, bukan untuk tujuan bisnis. Umumnya barang konsumsi dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis yaitu :

- a. Barang kebutuhan sehari-hari adalah barang-barang yang biasanya sering dibeli konsumen, dibutuhkan dalam waktu segera dan memerlukan waktu yang minim dalam perbandingan dan pembeliannya.
- b. Barang belanjaan adalah barang-barang karakteristiknya dibandingkan dengan berbagai alternatif yang tersedia oleh konsumen berdasarkan

kesesuaian, kualitas, harga dan daya dalam proses pemilihan dan pembeliannya.

- c. Barang khusus adalah barang-barang dengan karakteristik dan atau identifikasi yang unik, yang untuknya sekelompok pembeli yang cukup besar bersedia senantiasa melakukan usaha khusus untuk pembeliannya.
- d. Barang yang tidak dicari adalah barang-barang yang tidak diketahui konsumen atau walau sudah diketahui namun secara umum konsumen belum terpikir untuk membelinya.

2. Barang Industri

Barang industri adalah barang-barang yang dikonsumsi oleh industriawan (konsumen antara atau konsumen bisnis) untuk keperluan selain konsumsi langsung yaitu untuk diubah, diproduksi menjadi barang lain kemudian dijual kembali oleh produsen, untuk dijual kembali oleh pedagang tanpa dilakukan transformasi fisik (proses produksi).

2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut Damiati, dkk (2017:185), terdapat 7 dimensi yang digunakan untuk menilai Kualitas Produk yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut fungsi yang diidentifikasi oleh konsumen. Dimensi ini menunjukkan sejauh mana suatu produk dikerjakan dengan benar.

2. Interaksi Karyawan (*Employee Interaction*)

Kesopanan, sikap bersahabat dan empati yang ditunjukkan oleh para staf yang menyampaikan barang atau jasa. Dalam hal ini termasuk pula kredibilitas keseluruhan karyawan yaitu kepercayaan konsumen terhadap karyawan dan persepsinya terhadap keahlian mereka.

3. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu konsistensi kinerja dari barang, jasa ataupun toko.

4. Ketahanan (*Durability*)

Yaitu jangka waktu pemakaian produk dan kekuatan atau kekokohannya.

5. Ketepatan waktu dan kenyamanan (*Timelines and Convinience*)

Seberapa cepat produk disampaikan atau diperbaiki, seberapa cepat informasi atau layanan diberikan.

6. Estetika (*Aesthetics*)

Penampilan atau fisik barang toko, daya tarik persentasi jasa, lingkungan atau atmosfir yang menyenangkan ketika jasa diberikan, rancangan atau penampilan produk yang terlihat.

7. Ekuitas Merek (*Brand Equity*)

Dampak tambahan baik positif dan negatif pada kualitas yang dipersepsi oleh konsumen selama ini telah dimiliki oleh merek atau toko dalam evaluasi konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

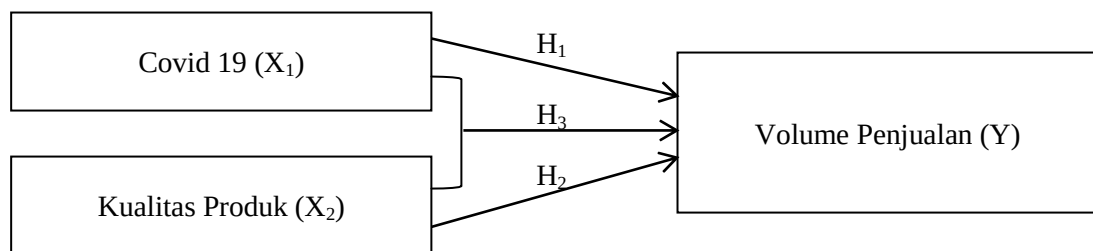
Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Arwan Lasmeri Yanto (2018) Jurnal Publikasi Muhammadiyah Surakarta, Vol.7, No.3, 2018. ISSN : 2138-2291 Surakarta	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian (Studi Kasus Toko Lesba Fanci)	Independen X_1 =Kualitas Produk X_2 =Kualitas Pelayanan Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Deki Kilit (2016) Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol.3, No.5, 2016. ISSN : 2873-1019 Bangka Belitung	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Distro Popin Pangkal Pinang	Independen X_1 =Kualitas Produk X_2 =Harga Dependen Y =Volume Penjualan	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
3	Sartika Doloksaribu dan Edwin Agung Wibowo (2017) Jurnal Bening, Vol.4, No.1, 2017. ISSN : 2252-5262 Batam	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan JIG di PT. Mitra Global Bersama	Independen X_1 =Kualitas Produk X_2 =Harga Dependen Y =Tingkat Penjualan	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.
4	Andi Amri (2020) Jurnal Brand, Vol.2, No.1, 2020. ISSN : 2715-4920 Makassar	Dampak Covid 19 terhadap UMKM di Indonesia	Independen X =Covid 19 Dependen Y =Penjualan	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Covid 19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan UMKM.
5	Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi dan Satria Mirsyah Affandy Nasution (2017) Jurnal Prosiding, Vol.7, No.1, 2017. ISSN : 2089-3590 Medan	Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Penjualan Pada Usaha Mikro Pengrajin Sepatu di Kecamatan Medan Denai	Independen X_1 =Kualitas Produk X_2 =Promosi Dependen Y =Penjualan	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan.

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

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

- H₁: Adanya pengaruh Covid 19 terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan.
- H₂: Adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan.
- H₃: Adanya pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan UMKM di masa pandemi pada Pusat Pasar Medan.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah toko Halay Fashion yang berada di Pusat Pasar Medan dengan waktu penelitian yang direncanakan mulai dari bulan Maret 2021 sampai dengan Juni 2021.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

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

3.2.2 Sumber Data

Menurut Wahyudi (2017:12) ada dua sumber data berdasarkan sumbernya yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Data Primer

Merupakan data yang diambil dari sumbernya, serta belum pernah dipublikasi oleh instansi tertentu. Umumnya dihasilkan dari kegiatan survei lapangan dan dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner, daftar pertanyaan dan lainnya.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang telah diolah dan dipublikasi oleh instansi tertentu misalnya data yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia maupun lembaga lainnya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Jaya (2019:10), populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada produk pakaian Toko Halay Fashion selama periode 2020 sebanyak 2.555 konsumen.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Jaya (2019:10), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 2.555 konsumen, maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% dimana rumus slovin yang digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1 + e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi Kesalahan (10%)

n = _____

= _____

= _____

= _____

=

Berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 konsumen. Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *accidental sampling* dimana konsumen yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Covid 19 (X ₁)	Coronavirus (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh SARS Coronavirus 2 yang baru ditemukan. Sudarsana (2020:15)	1. Menghindari keramaian 2. Mengurangi kontak fisik 3. Menjaga kesehatan 4. Selalu waspada Sudarsana (2020:88)	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas Produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa. Damiati, dkk (2017:184)	1. Kinerja 2. Keandalan 3. Ketahanan 4. Estetika Damiati, dkk (2017:184)	Skala <i>Likert</i>
Volume Penjualan (Y)	Penjualan merupakan total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Ngalimun, dkk (2019:229)	1. Mencapai Volume Penjualan 2. Mendapatkan laba 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan Ngalimun, dkk (2019:229)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala *Likert* dalam Herlina (2019:6) dimana skala *Likert* menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala *Likert*

No.	Pilihan	Skala Nilai
1.	Setuju Sekali	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-Ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Herlina, 2019

Metode kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengutip pendapat dari berbagai sumber seperti buku, internet, skripsi, jurnal, laporan atau dokumen perusahaan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Materi wawancara dan kuesioner meliputi pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan keadaan perusahaan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 konsumen.

3.6.1 Uji Validitas

Secara umum, validitas dapat diartikan sebagai kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid tidak hanya mampu menghasilkan data yang tepat akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Menurut Priyatno (2018:21), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Herlina (2019:57), uji validitas menunjukkan tingkat kesahihan dari hasil pengukuran sebuah kuesioner.

Suatu instrumen pengukur dikatakan memiliki validitas tinggi apabila instrumen menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai

dengan maksud dilakukannya pengukuran. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Menurut Herlina (2019:58), untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Sedangkan menurut Priyatno (2018:21), 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 dan sebaliknya Jika nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang secara umum sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu berikut ini pembahasannya :

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*.

a. *Output* Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah 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 Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan tentang grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data berdistribusi normal.

2. Uji statistik

Menurut Priyatno (2018:130), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya :

- 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 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen.

Menurut Priyatno (2018:134), multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.

Menurut Priyatno (2018:134), metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana 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 satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik

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

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel independen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Volume Penjualan (*dependent variabel*)

X₁ = Covid 19 (*independent variabel*)

X₂ = Kualitas Produk (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

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. Pengujiannya 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%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

Ho Diterima apabila : $t_{tabel} > t_{hitung}$

Ha 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 apakah secara simultan 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%. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

Ho Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

Ha Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin

lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

Dengan demikian, jika nilai koefisien determinasi bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Toko

Toko Halay Fashion merupakan sebuah toko pakaian yang berlokasi di Pusat Pasar Medan atau biasa yang disebut dengan Medan Mall. Toko memiliki 9 orang karyawan yang telah diseleksi dengan baik oleh pemiliknya secara langsung. Halay Fashion mulai beroperasi dari jam 08:00 sampai dengan 18:00 setiap harinya. Dalam menjalankan usahanya, Halay Fashion menawarkan berbagai ragam jenis produk yang dipasarkannya dimulai dari pakaian anak-anak sampai dengan pakaian untuk orang dewasa seperti celana jeans, celana kain, baju kemeja, baju santai, pakaian dalam, dan berbagai produk pakaian lainnya. Halay Fashion juga memasarkan produk dalam bentuk eceran maupun grosir sehingga konsumen dapat dengan bebas memilih pakaian yang mereka inginkan. Untuk minimal pengambilan grosir yang mendapatkan potongan harga langsung dari pemiliknya adalah sebanyak 2 lusin pakaian. Selain itu, Halay Fashion juga memasarkan berbagai aksesoris pakaian yang dapat dibutuhkan oleh konsumen sehari-harinya.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari

hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 96 konsumen dari Toko Halay Fashion yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, nominal pembelian, frekuensi pembelian dan kegunaan pembelian. Berikut ini karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	61	63,5%
Wanita	35	36,5%
Total	96	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa responden pria adalah sebanyak 61 orang atau 63,5% dari total responden sedangkan responden wanita adalah sebanyak 35 orang atau 36,5% dari total responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian pada toko adalah pria.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Nominal Pembelian

Nominal Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	11	11,5%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	49	51,1%
> Rp. 2.000.000	36	37,4%
Total	96	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan nominal pembelian di bawah Rp. 1.000.000 adalah sebanyak 11 orang atau 11,5% dari total responden, sedangkan responden dengan nominal pembelian Rp. 1.000.000 sampai Rp. 2.000.000 adalah sebanyak 49 orang atau 51,1% dari total

responden dan responden dengan nominal pembelian lebih dari Rp. 2.000.000 adalah 36 orang atau 37,4% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk toko adalah konsumen dengan nominal pembelian Rp. 1.000.000 sampai Rp. 2.000.000.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pertama Kali	14	14,6%
2 Kali – 10 Kali	37	38,5%
> 10 Kali	45	56,9%
Total	96	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi pembelian pertama kali adalah sebanyak 14 orang atau 14,6% dari total responden, sedangkan responden dengan frekuensi pembelian 2 kali – 10 kali adalah sebanyak 37 orang atau 38,5% dari total responden dan responden dengan frekuensi pembelian lebih dari 10 kali adalah sebanyak 45 orang atau 56,9% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk toko adalah konsumen dengan frekuensi pembelian lebih dari 10 kali.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Kegunaan Pembelian

Kegunaan Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
Dijual Kembali	67	69,8%
Digunakan Sendiri	29	30,2%
Total	96	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan kegunaan pembelian untuk dijual kembali adalah sebanyak 67 orang atau 69,8%

dari total responden dan responden dengan kegunaan pembelian untuk digunakan sendiri adalah sebanyak 29 orang atau 30,2% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk toko adalah konsumen dengan kegunaan pembelian untuk dijual kembali.

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 0,05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid
2. Jika nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, 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 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Covid 19 (X_1)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Selama pandemi, saya menghindari keramaian.	0,827	0,361	Valid
2	Saya tidak ingin ke Pusat Pasar karena terlalu ramai.	0,782	0,361	Valid
3	Saya mengurangi kontak fisik dengan orang lain selama pandemi.	0,840	0,361	Valid
4	Saya hanya membeli produk secara <i>online</i> .	0,852	0,361	Valid
5	Selama pandemi, saya selalu menjaga kesehatan saya.	0,721	0,361	Valid

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
6	Toko menjaga kesehatan konsumen sehingga mematuhi seluruh protokol kesehatan yang ada.	0,639	0,361	Valid
7	Saya selalu waspada terhadap lingkungan sekitar saya selama pandemi.	0,552	0,361	Valid
8	Saya tidak membeli pada toko karena pada akan lingkungan sekitarnya.	0,638	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Covid 19 menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₂)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Selama pandemi, produk dari toko masih bagus.	0,821	0,361	Valid
2	Produk toko tidak pernah rusak saat saya membelinya.	0,893	0,361	Valid
3	Kain dari baju yang ditawarkan toko sangat lembut dan nyaman.	0,919	0,361	Valid
4	Produk baju yang ditawarkan dapat saya jual kembali.	0,910	0,361	Valid
5	Produk dari toko terbuat dari kain yang tahan lama dan tidak mudah koyak.	0,865	0,361	Valid
6	Produk dapat tahan lama dipakai oleh konsumen.	0,919	0,361	Valid
7	Toko menyediakan banyak model terbaru ketika saya ingin membeli produk.	0,800	0,361	Valid
8	Produk yang ditawarkan dikemas dengan bagus sehingga menarik minat beli saya.	0,792	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total*

Correlation lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Selama pandemi, volume penjualan toko mengalami penurunan karena konsumen tidak datang membeli.	0,827	0,361	Valid
2	Kualitas produk, model dan material baju menentukan volume penjualan toko.	0,727	0,361	Valid
3	Pendapatan laba toko menurun saat pandemi covid-19 karena banyak konsumen tidak membeli.	0,869	0,361	Valid
4	Pandemi covid-19 dapat mempengaruhi pendapatan laba toko.	0,821	0,361	Valid
5	Pertumbuhan toko tergantung kualitas produk yang ditawarkannya.	0,789	0,361	Valid
6	Perkembangan toko terhenti saat adanya pandemi covid-19.	0,866	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Volume Penjualan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), “Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner”. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap

konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Hasil pengujian reliabilitas variabel Covid 19 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Covid 19 (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	8

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa dari kedelapan butir *item* untuk variabel Covid 19 (X₁) tersebut memiliki *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X₂)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,950	8

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Kualitas Produk (X_2) tersebut memiliki *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasill uji reliabilitas variabel Volume Penjualan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,900	6

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa keenam butir *item* untuk variabel Volume Penjualan (Y) tersebut memiliki *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

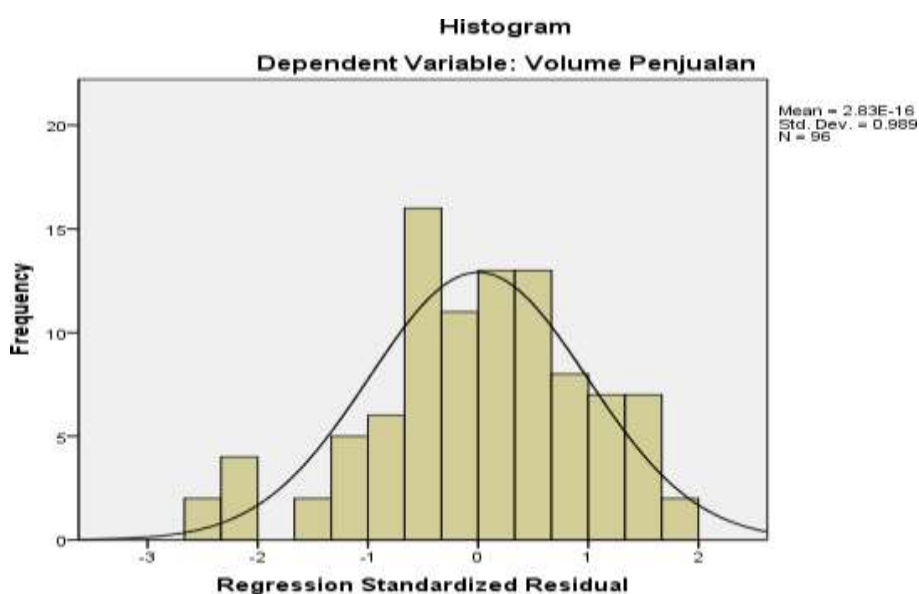
Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya:

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), “Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, nilai residual tersebut telah normal dan sebaliknya maka dinyatakan tidak normal”.

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram dapat dilihat berikut ini :



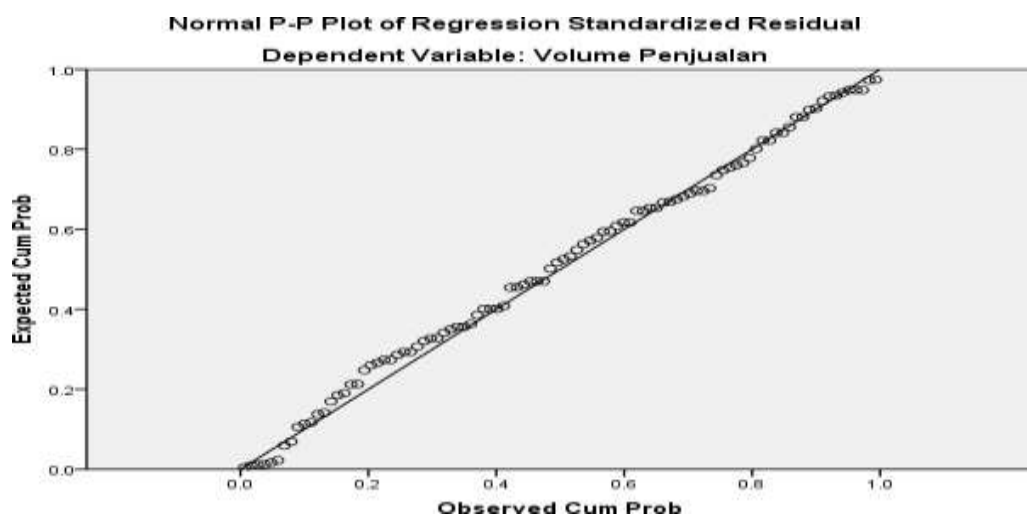
Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

b. *Output Normal Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian analisis normal P-P plot dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Normal Probability Plot of Regression

Pada Gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

2. Uji statistik

Menurut Priyatno (2018:130), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah:

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

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.97468115
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.041
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.590
Asymp. Sig. (2-tailed)		.877

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,877 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2018:134), “Multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati

sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau medekati sempurna diantara variabel bebas.”

Menurut Priyatno (2018:134), “Metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1”.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Covid 19	.963	1.039
Kualitas Produk	.963	1.039

a. Dependent Variabel : Volume Penjualan
Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Covid 19 dan Kualitas Produk mempunyai nilai *tolerance* (0,963) > 0,10 dan nilai VIF (1,039) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Covid 19 dan Kualitas Produk tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

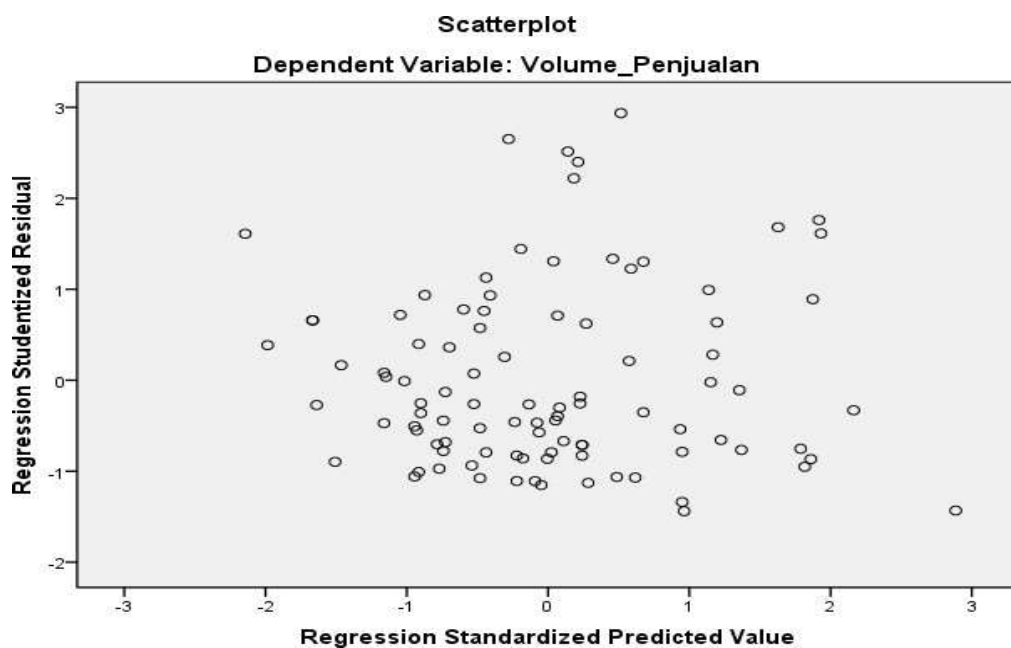
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), “Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu

pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.”

Salah satu pengujian heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah ini :



Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Pada Gambar 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *Scatterplot* menyebar secara acak (*random*) serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), “Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.” Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan konsumen pada Toko Halay Fashion yang dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for The Social Science (SPSS)*:

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

Keterangan :

Y = Volume Penjualan (*dependent variabel*)

X₁ = Covid 19 (*independent variabel*)

X₂ = Kualitas Produk (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.911	2.478	
Covid 19	-.176	.074	-.168
Kualitas Produk	.824	.076	.762

Dependent Variabel : Volume Penjualan

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.13 diatas, diketahui pada *Unstandardized Coefficeints* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Volume Penjualan} = 2,911 - 0,176 \text{ Covid 19} + 0,824 \text{ Kualitas Produk} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 2,911 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Covid 19 dan variabel (X_2) yaitu Kualitas Produk bernilai 0 maka Volume Penjualan adalah tetap sebesar 2,911.
2. Koefisien $X_1(b_1)$ = -0,176 menunjukkan bahwa variabel Covid 19 (X_1) berpengaruh negatif terhadap Volume Penjualan sebesar -0,176. Artinya setiap peningkatan Covid 19 (X_1) sebesar 1 satuan, maka Volume Penjualan akan menurun sebesar 17,6%.
3. Koefisien $X_2(b_2)$ = 0,824 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan sebesar 0,824. Artinya setiap peningkatan Kualitas Produk (X_2) sebesar 1 satuan, maka Volume Penjualan akan meningkat sebesar 82,4%.

4.2.4.2 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. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 0,1 dan uji 2 sisi. Bentuk pengujiannya :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Covid 19 ; Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan Toko Halay Fashion.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Covid 19 ; Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan Toko Halay Fashion.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $t_{tabel} > t_{hitung}$

H_a Diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus: $df = n - k = 96 - 3 = 93$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df adalah 93 dan diperoleh nilai t_{tabel} tersebut yaitu sebesar 1,660. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 10\%$. Hasil uji t_{hitung} dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.175	.243
Covid 19	-2.390	.019
Kualitas Produk	10.861	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14 hasil pengujian parsial diatas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa :

1. Pada Covid 19 (X_1) terlihat bahwa nilai $-t_{hitung} (2.390) < -t_{tabel} (-1,660)$ dengan tingkat signifikan $0,019 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Covid 19 terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.
2. Pada Kualitas Produk (X_2) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} (10,861) > t_{tabel} (1,660)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), “Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Covid 19 dan Kualitas Produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Covid 19 dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus: df (pembilang) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 96 - 3 = 93$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 93, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} adalah 2,36. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 10\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel :

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1066.996	2	533.498	59.022	.000 ^a
	Residual	840.629	93	9.039		
	Total	1907.625	95			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Covid 19

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.15 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (59,022) > F_{tabel} (2,36) dengan signifikansi $0,00 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Covid 19 dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), “Analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat”. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.16
Uji Koefisien Determinan (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.559	.550	3.006

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Covid 19

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.16 hasil pengujian koefisien determinan diatas, dapat dilihat Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,559 artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Covid 19 dan Kualitas Produk sebesar 55,9% sedangkan sisanya 44,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti persepsi, motivasi, perilaku, layanan, kepuasan, loyalitas konsumen, dan berbagai variabel lainnya.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.

1. Pengaruh Covid 19 Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Covid 19 memiliki nilai $-t_{hitung} (2.390) < -t_{tabel} (-1,660)$ dengan tingkat signifikan $0,019 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Covid 19 terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Amri (2020), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Covid 19 memiliki nilai $-t_{hitung} (7.211) < -t_{tabel} (-1,986)$ secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} (10,861) > t_{tabel} (1,660)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanto (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki

nilai t_{hitung} (6,329) > t_{tabel} (1,995) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Covid 19 Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Covid 19 dan Kualitas Produk memiliki nilai F_{hitung} (59,022) > F_{tabel} (2,36) dengan signifikansi $0,00 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Covid 19 dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Volume Penjualan pada Toko Halay Fashion.

Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,559 artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Covid 19 dan Kualitas Produk sebesar 55,9% sedangkan sisanya 44,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti persepsi, motivasi, perilaku, layanan, kepuasan dan berbagai variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Kilit (2016), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan Kualitas Produk dan harga memiliki nilai F_{hitung} (28,932) > F_{tabel} (3,07) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasution, dkk (2017), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan promosi secara simultan memiliki nilai F_{hitung} (31,034) > F_{tabel} (2,35) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Covid 19 (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) tidak bernilai, maka Volume Penjualan adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Covid 19 (X_1) sebesar satu satuan, Volume Penjualan akan menurun sebesar b_1 . Setiap peningkatan Kualitas Produk (X_2) sebesar satu satuan, Volume Penjualan akan meningkat sebesar b_2 .
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Covid 19 secara parsial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Covid 19 dan Kualitas Produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Halay Fashion.
5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Covid 19 dan Kualitas Produk dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Volume Penjualan pada Halay Fashion.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Halay Fashion harus mempertahankan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan:
 - a. Mempertahankan kain dari baju yang ditawarkan karena konsumen menilai bahwa kain dari produk yang mereka beli sangat lembut dan nyaman untuk digunakan sehingga konsumen tertarik untuk membeli lagi. Halay Fashion dapat mempertahankan hal tersebut dengan cara melakukan pengecekan terhadap seluruh pakaian sebelum dipesan karena desian atau model dari baju saja tidak cukup untuk menarik konsumen karena untuk sebuah pakaian, kenyamanan yang paling diutamakan konsumen.
 - b. Mempertahankan ketahanan produk yang ditawarkan karena konsumen menilai bahwa produk yang mereka beli dapat tahan lama untuk digunakan oleh konsumen. Halay Fashion dapat mempertahankan hal tersebut dengan melakukan percobaan terlebih dahulu terhadap ketahanan dari produk yang mereka pesan apakah mudah koyak saat ditarik berkali-kali. Halay Fashion juga dapat mencari lebih banyak distributor ataupun produsen yang membuat pakaian premium dengan harga yang terjangkau.
2. Covid 19 pada Halay Fashion perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:

- a. Lingkungan sekitar Halay Fashion sangat padat akan masyarakat yang datang untuk membeli pakaian sehingga Halay Fashion perlu menerapkan protokol kesehatan dengan ketat seperti mencuci tangan terlebih dahulu, pengecekan suhu dan mewajibkan jaga jarak disertai pemakaian masker sehingga konsumen dapat merasa tenang saat ingin datang ke Halay Fashion untuk melakukan pembelian produk.
- b. Banyak konsumen yang tidak datang melakukan pembelian karena takut akan lingkungan sekitar mudah terjangkit Covid 19 sehingga dalam hal ini Halay Fashion dapat menerapkan sistem digitalisasi dimana pemesanan dapat melalui telepon ataupun videocall dalam memperlihatkan produk-produknya kepada konsumen yang akan memesan sehingga konsumen tidak perlu datang ke Pusat Pasar hanya untuk membeli pakaian.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

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 Halay Fashion selain variabel Covid 19 dan Kualitas Produk misalnya persepsi, motivasi, perilaku, layanan, kepuasan dan berbagai 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 toko pakaian di Pusat Pasar.

3. Menambah Jumlah Responden

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

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- 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. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.
- 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
- 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).
- 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.
- 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., 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. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- 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.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos 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.
- 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 COVID 19 DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN UMKM DI MASA PANDEMI PADA PUSAT PASAR MEDAN

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin:
 - a) Pria
 - b) Wanita
2. Nominal Pembelian:
 - a) < Rp. 1.000.000
 - b) Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 - c) > Rp. 2.000.000
3. Frekuensi Pembelian:
 - a) Pertama Kali
 - b) 2 Kali – 10 Kali
 - c) > 10 Kali
4. Kegunaan Pembelian:
 - a) Dijual Kembali
 - b) Digunakan Sendiri

Petunjuk dalam pengisian kuesioner:

Berikanlah tanda Ceklis (☐) atau tanda silang (X) untuk setiap butir pernyataan ini sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh Bapak/Ibu pada kolom :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Ragu-Ragu
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Variabel X₁ (Covid 19)

Covid 19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh SARS Coronavirus 2 yang baru ditemukan.

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Menghindari Keramaian						
Hindari keramaian, berpergian ke tempat umum, atau travelling ke Negara lain.						
1	Selama pandemi, saya menghindari keramaian.					
2	Saya tidak ingin ke Pusat Pasar karena terlalu ramai.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Mengurangi Kontak Fisik						
Kurangi kontak fisik, termasuk urusan pembayaran						
3	Saya mengurangi kontak fisik dengan orang lain selama pandemi.					
4	Saya hanya membeli produk secara <i>online</i> .					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Menjaga Kesehatan						
Jaga kesehatan dengan berolahraga, perbanyak konsumsi makanan sehat.						
5	Selama pandemi, saya selalu menjaga kesehatan saya.					
6	Toko menjaga kesehatan konsumen sehingga mematuhi seluruh protokol kesehatan yang ada.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Selalu Waspada						
Waspada tentu diperlukan, namun dipastikan tidak panik.						
7	Saya selalu waspada terhadap lingkungan sekitar saya selama pandemi.					
8	Saya tidak membeli pada toko karena pada akan lingkungan sekitarnya.					

Variabel X₂ (Kualitas Produk)

Kualitas Produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa.

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Kinerja						
Tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut fungsi yang diidentifikasi oleh konsumen. Dimensi ini menunjukkan sejauh mana suatu produk dikerjakan dengan benar.						
1	Selama pandemi, produk dari toko masih bagus.					
2	Produk toko tidak pernah rusak saat saya membelinya.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Kehandalan						
Konsistensi kinerja dari barang, jasa ataupun toko.						
3	Kain dari baju yang ditawarkan toko sangat lembut dan nyaman.					
4	Produk baju yang ditawarkan dapat saya jual kembali.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Ketahanan						
Jangka waktu pemakaian produk dan kekuatan atau kekokohnya.						
5	Produk dari toko terbuat dari kain yang tahan lama dan tidak mudah koyak.					
6	Produk dapat tahan lama dipakai oleh konsumen.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Estetika						
Penampilan atau fisik barang toko, daya tarik persentasi jasa, lingkungan atau atmosfer yang menyenangkan ketika jasa diberikan, rancangan atau penampilan produk yang terlihat.						
7	Toko menyediakan banyak model terbaru ketika saya ingin membeli produk.					
8	Produk yang ditawarkan dikemas dengan bagus sehingga menarik minat beli saya.					

Variabel Y (Volume Penjualan)

Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Mencapai Volume Penjualan						
Mencapai volume penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dengan adanya dukungan pembelian dari konsumen.						
1	Selama pandemi, volume penjualan toko mengalami penurunan karena konsumen tidak datang membeli.					
2	Kualitas produk, model dan material baju menentukan volume penjualan toko.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	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	Pendapatan laba toko menurun saat pandemi covid-19 karena banyak konsumen tidak membeli.					
4	Pandemi covid-19 dapat mempengaruhi pendapatan laba toko.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Menunjang Pertumbuhan Perusahaan						
Pertumbuhan dan perkembangan sebuah perusahaan bergantung pada volume penjualannya sehingga pembelian dari konsumen sangat penting bagi perusahaan.						
5	Pertumbuhan toko tergantung kualitas produk yang ditawarkannya.					
6	Perkembangan toko terhenti saat adanya pandemi covid-19.					

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas

No	Covid 19								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	2	1	1	1	1	2	2	1	11
2	5	4	4	4	1	4	5	5	32
3	5	1	1	1	1	1	4	5	19
4	5	4	4	4	5	1	4	4	31
5	5	5	4	5	5	5	4	5	38
6	5	4	4	4	1	4	5	1	28
7	5	4	4	4	5	1	3	5	31
8	4	4	4	5	3	5	4	4	33
9	1	2	1	1	2	1	1	2	11
10	5	5	5	4	3	4	1	4	31
11	5	4	5	4	4	5	5	5	37
12	1	1	2	1	1	1	2	1	10
13	5	4	4	4	3	5	2	2	29
14	3	1	1	4	3	5	4	5	26
15	2	1	1	4	4	5	1	5	23
16	3	5	5	4	4	4	2	5	32
17	1	2	1	1	1	2	2	1	11
18	3	1	1	1	4	5	1	5	21
19	5	4	5	5	5	4	4	5	37
20	5	5	4	4	5	5	2	1	31
21	5	4	4	4	3	1	1	3	25
22	5	5	5	5	4	4	5	5	38
23	3	4	4	1	4	1	4	1	22
24	3	5	4	1	4	5	4	1	27
25	1	1	2	2	1	1	2	1	11
26	3	4	1	1	1	4	5	1	20
27	1	2	1	1	2	1	1	2	11
28	4	4	4	3	4	5	5	4	33
29	4	4	5	4	5	4	4	4	34
30	4	5	5	5	5	5	4	5	38

No	Kualitas Produk								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	5	5	4	5	5	5	3	4	36
2	3	4	5	5	4	5	5	4	35
3	1	2	1	1	1	2	1	1	10
4	1	5	5	5	5	5	5	4	35
5	4	5	3	5	3	5	5	4	34
6	4	4	5	4	5	3	5	4	34
7	1	1	2	1	1	1	2	1	10
8	5	5	4	5	5	5	4	5	38
9	4	5	5	5	4	4	5	5	37
10	4	5	4	5	5	5	5	5	38
11	4	4	5	4	4	5	5	5	36
12	1	2	1	1	1	2	2	1	11
13	5	5	5	4	5	5	5	5	39
14	3	4	5	5	4	4	4	5	34
15	5	5	4	5	5	5	5	4	38
16	5	3	4	5	4	5	5	1	32
17	1	1	1	2	1	1	2	1	10
18	5	5	4	5	5	4	3	1	32
19	5	5	4	4	4	5	1	5	33
20	4	3	4	5	5	4	5	1	31
21	3	1	4	5	4	5	3	1	26
22	1	2	1	1	1	2	1	1	10
23	1	4	4	5	4	5	5	1	29
24	5	4	5	5	1	5	5	4	34
25	4	5	5	5	4	5	4	4	36
26	1	1	2	1	1	1	2	1	10
27	4	5	5	4	5	5	5	5	38
28	5	4	4	5	5	5	4	4	36
29	1	1	1	2	2	1	2	1	11
30	5	4	4	4	5	5	5	4	36

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

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Covid 19 (X₁)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson	1	.662**	.702**	.693**	.463*	.367*	.488**	.492**	.827**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.010	.046	.006	.006	.000
P2	Pearson	.662**	1	.868**	.580**	.545**	.398*	.420*	.157	.782**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.002	.030	.021	.407	.000
P3	Pearson	.702**	.868**	1	.712**	.605**	.343	.403*	.318	.840**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.063	.027	.087	.000
P4	Pearson	.693**	.580**	.712**	1	.569**	.504**	.301	.607**	.852**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.001	.005	.106	.000	.000
P5	Pearson	.463*	.545**	.605**	.569**	1	.395*	.128	.505**	.721**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.010	.002	.000	.001		.031	.499	.004	.000
P6	Pearson	.367*	.398*	.343	.504**	.395*	1	.321	.355	.639**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.046	.030	.063	.005	.031		.084	.054	.000
P7	Pearson	.488**	.420*	.403*	.301	.128	.321	1	.226	.552**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.006	.021	.027	.106	.499	.084		.231	.002
P8	Pearson	.492**	.157	.318	.607**	.505**	.355	.226	1	.638**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.006	.407	.087	.000	.004	.054	.231		.000
TOTAL	Pearson	.827**	.782**	.840**	.852**	.721**	.639**	.552**	.638**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Covid 19 (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	8

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Produk (X₂)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson	1	.703**	.677**	.715**	.680**	.739**	.522**	.615**	.821**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000
P2	Pearson	.703**	1	.758**	.749**	.741**	.801**	.621**	.796**	.893**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
P3	Pearson	.677**	.758**	1	.850**	.770**	.826**	.785**	.713**	.919**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
P4	Pearson	.715**	.749**	.850**	1	.803**	.891**	.759**	.557**	.910**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000
P5	Pearson	.680**	.741**	.770**	.803**	1	.769**	.655**	.569**	.865**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
P6	Pearson	.739**	.801**	.826**	.891**	.769**	1	.703**	.645**	.919**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
P7	Pearson	.522**	.621**	.785**	.759**	.655**	.703**	1	.536**	.800**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.002	.000
P8	Pearson	.615**	.796**	.713**	.557**	.569**	.645**	.536**	1	.792**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.002		.000
TOTAL	Pearson	.821**	.893**	.919**	.910**	.865**	.919**	.800**	.792**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Produk (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.950	8

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Volume Penjualan (Y)

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.421 [*]	.775 ^{**}	.563 ^{**}	.601 ^{**}	.717 ^{**}	.827 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.421 [*]	1	.581 ^{**}	.448 [*]	.649 ^{**}	.465 ^{**}	.727 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.021		.001	.013	.000	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.775 ^{**}	.581 ^{**}	1	.569 ^{**}	.565 ^{**}	.772 ^{**}	.869 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.563 ^{**}	.448 [*]	.569 ^{**}	1	.602 ^{**}	.821 ^{**}	.821 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.013	.001		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.601 ^{**}	.649 ^{**}	.565 ^{**}	.602 ^{**}	1	.450 [*]	.789 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.717 ^{**}	.465 ^{**}	.772 ^{**}	.821 ^{**}	.450 [*]	1	.866 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.000	.013		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.827 ^{**}	.727 ^{**}	.869 ^{**}	.821 ^{**}	.789 ^{**}	.866 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	6

Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden

No	Covid 19								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	1	4	3	3	3	4	3	22
2	2	2	2	3	3	3	5	3	23
3	1	1	4	2	3	3	4	3	21
4	5	1	1	4	3	3	4	3	24
5	1	1	4	3	3	3	4	4	23
6	1	2	1	3	4	4	3	5	23
7	1	2	2	3	4	3	3	5	23
8	1	4	1	3	4	4	4	3	24
9	1	2	1	3	3	3	4	4	21
10	2	2	4	4	4	4	4	3	27
11	1	4	3	3	3	3	3	4	24
12	1	2	2	4	4	4	3	4	24
13	1	4	4	5	4	4	3	3	28
14	5	5	5	4	4	3	2	4	32
15	1	1	1	3	3	4	3	3	19
16	2	2	2	4	1	1	1	1	14
17	2	4	2	4	1	2	1	2	18
18	2	2	1	1	1	2	1	1	11
19	2	2	2	1	1	3	1	3	15
20	5	1	5	5	4	1	4	1	26
21	2	1	4	5	4	1	4	1	22
22	2	1	1	1	4	1	4	1	15
23	2	4	4	2	4	2	2	4	24
24	2	4	4	1	4	2	4	4	25
25	2	2	2	2	2	3	2	2	17
26	2	1	2	1	1	3	4	1	15
27	4	1	4	4	1	3	2	1	20
28	4	4	4	4	4	4	2	4	30
29	2	2	4	2	1	2	2	3	18
30	2	3	2	2	1	3	3	5	21
31	2	3	1	2	1	2	2	3	16
32	3	2	4	2	1	1	1	3	17
33	3	4	4	2	2	1	1	3	20
34	3	4	4	2	2	4	3	3	25

35	4	4	4	1	2	1	1	1	18
36	4	3	2	2	1	1	1	1	15
37	2	3	2	2	1	2	2	1	15
38	2	2	4	4	2	3	5	1	23
39	4	4	3	2	2	2	1	4	22
40	3	4	4	2	2	2	1	4	22
41	2	4	2	2	2	2	1	4	19
42	3	2	3	2	2	2	1	5	20
43	3	3	3	1	2	2	4	5	23
44	4	4	4	3	4	4	4	3	30
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	1	4	3	2	3	4	25
47	3	3	4	3	3	3	4	4	27
48	2	4	3	2	4	3	4	4	26
49	4	2	2	2	4	4	4	4	26
50	2	1	3	2	2	3	4	3	20
51	4	3	2	4	2	3	4	4	26
52	4	3	2	3	3	2	2	3	22
53	2	4	2	4	4	4	1	4	25
54	4	4	2	3	4	3	2	4	26
55	4	4	4	4	4	3	2	4	29
56	3	4	4	3	4	3	4	4	29
57	3	2	3	2	4	4	4	2	24
58	4	2	3	4	4	3	2	4	26
59	2	4	2	4	2	2	2	4	22
60	4	2	4	2	4	4	2	4	26
61	4	3	2	3	2	4	4	3	25
62	4	2	4	2	3	2	4	2	23
63	3	2	2	4	4	4	4	4	27
64	3	4	4	4	2	4	3	3	27
65	4	3	4	4	1	2	4	2	24
66	2	4	4	2	4	2	3	3	24
67	4	4	3	3	3	4	4	2	27
68	4	4	4	2	4	2	3	4	27
69	2	3	4	3	4	2	4	2	24
70	4	4	4	2	4	3	4	3	28
71	4	4	3	2	3	2	2	4	24

72	2	4	4	2	2	4	4	4	26
73	1	1	2	2	1	2	2	4	15
74	1	2	4	1	4	2	2	2	18
75	4	4	2	3	4	2	4	4	27
76	1	2	1	2	4	4	4	1	19
77	2	4	2	1	2	4	4	3	22
78	4	4	2	2	4	4	4	3	27
79	2	2	2	2	2	2	4	2	18
80	4	4	1	1	4	4	4	1	23
81	2	4	3	2	1	2	4	3	21
82	3	2	3	2	2	4	4	2	22
83	4	4	4	4	1	4	2	2	25
84	2	2	2	4	2	4	2	1	19
85	4	2	3	2	1	4	4	5	25
86	4	4	2	2	4	4	4	4	28
87	2	2	4	2	4	4	4	3	25
88	2	4	4	4	4	4	4	2	28
89	4	4	2	2	4	4	2	2	24
90	4	4	4	4	4	2	4	4	30
91	4	4	2	3	4	2	4	4	27
92	4	2	4	2	3	4	2	4	25
93	2	4	1	2	4	3	4	2	22
94	2	2	4	2	4	4	1	4	23
95	4	1	4	2	2	4	2	3	22
96	4	2	3	4	3	3	2	4	25

No	Kualitas Produk								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	5	5	3	2	5	5	2	2	29
2	2	4	2	1	4	3	2	3	21
3	2	3	3	1	5	2	2	2	20
4	2	4	3	2	5	3	2	1	22
5	3	2	2	4	5	2	4	2	24
6	3	2	2	2	5	3	4	2	23
7	3	2	3	3	5	2	4	2	24
8	2	2	2	2	2	3	3	3	19
9	4	4	2	3	5	2	3	2	25
10	3	5	2	3	4	4	2	2	25
11	2	4	2	2	2	1	2	3	18
12	2	3	2	3	1	2	2	2	17
13	2	5	2	2	3	3	2	2	21
14	3	5	2	2	2	4	2	2	22
15	4	5	4	2	3	1	5	3	27
16	3	4	3	2	4	2	2	3	23
17	3	3	3	3	4	2	2	4	24
18	2	3	3	2	3	2	2	4	21
19	2	4	3	4	4	2	2	3	24
20	2	3	3	1	3	4	3	3	22
21	2	3	3	4	4	4	2	3	25
22	2	4	3	2	2	4	3	3	23
23	4	4	3	3	3	5	3	4	29
24	4	5	2	2	2	3	3	4	25
25	4	5	3	3	5	5	3	3	31
26	2	5	2	3	5	5	3	2	27
27	2	5	4	3	5	5	4	2	30
28	4	5	4	3	4	4	4	4	32
29	3	3	3	4	4	3	3	3	26
30	5	4	2	3	3	4	3	5	29
31	3	5	3	4	3	2	5	3	28
32	3	3	3	4	4	5	5	3	30
33	3	4	3	4	3	5	5	3	30
34	5	5	3	4	4	3	5	4	33
35	4	4	4	4	3	3	3	3	28

36	3	5	3	4	4	5	5	4	33
37	5	3	4	3	3	5	3	5	31
38	4	4	5	3	4	5	3	4	32
39	3	3	4	3	4	3	3	3	26
40	4	4	4	5	2	2	3	4	28
41	3	3	3	2	4	4	4	4	27
42	4	5	5	5	4	4	4	3	34
43	2	3	3	4	5	3	3	3	26
44	4	4	5	4	4	4	4	3	32
45	5	5	4	5	4	3	4	3	33
46	4	4	5	4	5	5	4	3	34
47	5	5	5	5	4	4	4	3	35
48	3	4	4	4	4	4	4	5	32
49	3	5	5	4	5	4	4	4	34
50	5	5	4	5	5	5	5	3	37
51	4	5	5	4	3	2	5	4	32
52	5	5	5	5	3	3	4	5	35
53	4	5	4	5	4	4	3	4	33
54	4	4	5	5	5	4	4	4	35
55	5	5	4	4	4	4	4	4	34
56	5	5	5	5	4	4	4	5	37
57	4	5	3	5	5	3	5	4	34
58	3	4	3	3	5	3	4	4	29
59	3	4	4	5	5	3	4	4	32
60	3	5	4	3	4	3	5	4	31
61	4	5	4	4	3	3	1	3	27
62	3	4	3	3	3	4	4	3	27
63	3	5	4	4	4	3	3	4	30
64	4	4	4	3	3	3	4	3	28
65	5	4	2	4	3	3	4	3	28
66	3	3	4	4	2	3	3	3	25
67	3	2	3	4	5	5	4	2	28
68	4	5	4	4	4	3	3	3	30
69	3	3	3	5	4	5	4	5	32
70	3	2	4	3	5	5	3	4	29
71	3	5	4	2	3	3	3	3	26
72	5	5	4	4	3	3	4	3	31

73	4	4	4	5	3	3	2	3	28
74	4	5	5	4	4	3	2	3	30
75	3	5	4	3	3	3	3	3	27
76	3	5	3	3	3	3	3	3	26
77	4	5	4	3	4	3	3	3	29
78	4	4	4	4	3	3	5	2	29
79	4	3	3	4	5	4	3	3	29
80	3	2	3	4	2	4	3	4	25
81	3	3	4	4	2	4	3	4	27
82	3	3	3	5	4	3	4	3	28
83	3	3	3	5	5	4	3	4	30
84	4	5	3	2	3	3	5	3	28
85	4	4	4	3	3	4	3	2	27
86	4	5	3	4	3	3	4	3	29
87	3	4	5	3	4	3	5	3	30
88	3	4	4	4	3	3	3	4	28
89	3	5	3	3	3	3	5	3	28
90	4	3	4	3	5	3	3	5	30
91	3	3	3	3	5	3	3	4	27
92	3	3	4	4	4	3	3	4	28
93	4	4	3	4	5	3	3	4	30
94	3	5	3	4	3	3	5	3	29
95	4	5	4	3	3	3	3	3	28
96	3	5	4	4	3	4	4	3	30

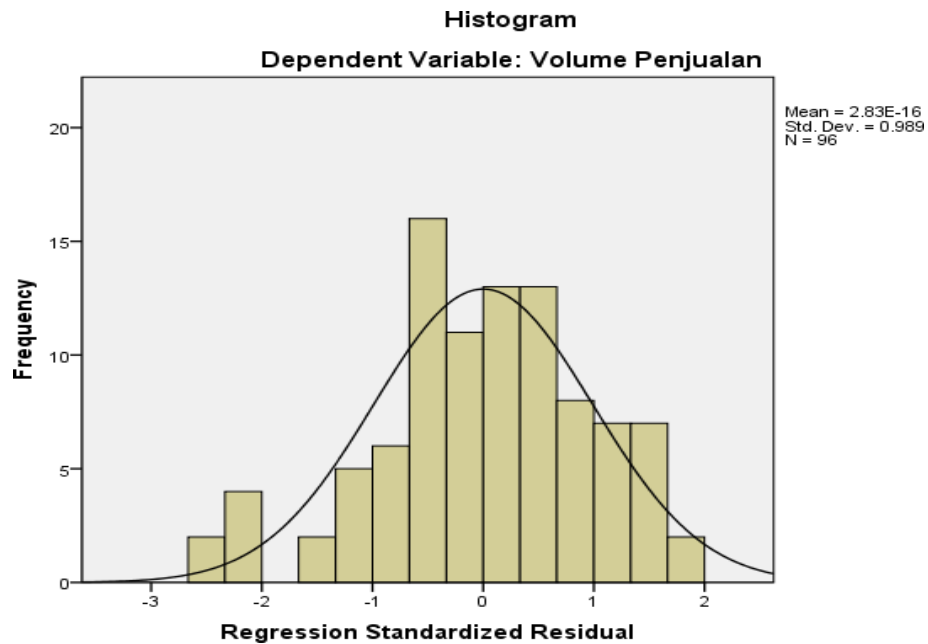
No	Volume Penjualan						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	5	3	5	4	5	25
2	4	2	3	2	2	2	15
3	2	2	2	2	1	2	11
4	3	2	3	2	3	2	15
5	3	2	3	2	3	2	15
6	2	4	2	2	2	4	16
7	3	5	2	2	2	3	17
8	2	3	2	2	2	3	14
9	2	2	2	2	2	2	12
10	2	1	3	5	3	1	15
11	2	3	2	3	2	3	15
12	2	2	3	2	3	2	14
13	2	2	2	2	2	2	12
14	2	3	2	2	2	2	13
15	5	3	5	2	5	2	22
16	2	2	3	4	4	2	17
17	3	3	3	3	3	3	18
18	4	2	4	3	4	2	19
19	1	2	3	4	2	2	14
20	3	3	3	4	3	4	20
21	3	3	3	4	3	4	20
22	5	3	5	4	4	4	25
23	5	3	5	4	3	4	24
24	5	3	5	4	2	4	23
25	5	5	3	5	5	5	28
26	5	5	2	5	5	5	27
27	5	5	2	5	4	5	26
28	4	5	4	4	5	5	27
29	5	4	5	4	4	3	25
30	5	5	5	5	3	5	28
31	5	5	5	4	5	5	29
32	5	5	5	3	3	5	26
33	5	5	5	5	4	5	29
34	5	5	5	5	3	5	28
35	4	5	3	4	5	5	26

36	5	5	5	5	4	5	29
37	5	5	5	3	4	5	27
38	4	5	4	4	3	5	25
39	5	4	5	3	4	3	24
40	5	2	5	3	2	4	21
41	5	3	5	3	3	4	23
42	5	4	5	5	5	4	28
43	5	4	5	5	3	3	25
44	5	4	5	5	4	4	27
45	5	5	5	5	5	4	29
46	4	5	4	4	5	5	27
47	5	5	4	5	5	5	29
48	5	4	4	4	5	4	26
49	5	4	4	5	4	4	26
50	4	5	4	4	5	5	27
51	4	5	4	4	3	4	24
52	3	3	3	4	3	5	21
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	4	5	4	28
55	5	5	4	5	4	5	28
56	5	5	4	5	4	5	28
57	4	3	5	4	4	4	24
58	4	5	4	3	4	5	25
59	3	3	4	3	2	4	19
60	4	3	4	3	4	4	22
61	3	4	4	5	4	5	25
62	3	3	3	5	5	3	22
63	4	3	3	5	5	4	24
64	3	3	4	5	3	3	21
65	2	3	4	4	4	4	21
66	4	3	2	3	4	4	20
67	4	3	5	4	4	4	24
68	4	3	5	3	4	4	23
69	3	2	3	3	3	4	18
70	4	5	2	5	3	4	23
71	5	3	4	3	5	5	25
72	4	4	4	4	4	3	23

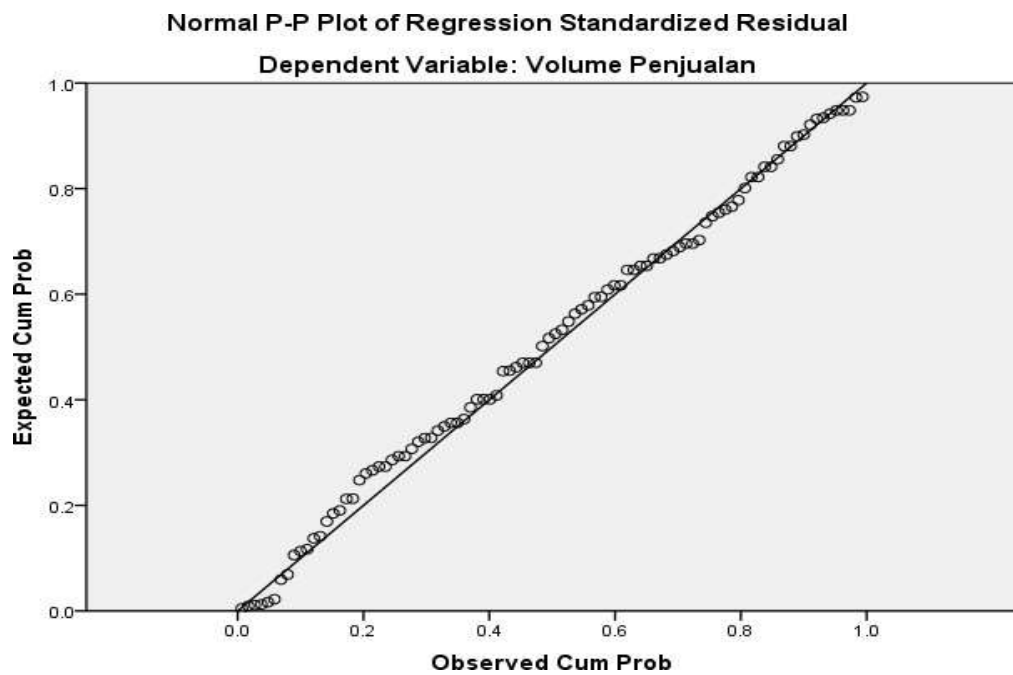
73	4	4	3	5	4	2	22
74	3	3	3	5	3	3	20
75	3	4	4	3	3	2	19
76	3	4	3	4	3	4	21
77	3	4	4	3	3	4	21
78	3	3	4	4	4	3	21
79	4	4	3	3	3	4	21
80	3	3	4	4	3	4	21
81	3	4	4	3	5	3	22
82	4	3	4	3	5	4	23
83	3	3	3	4	3	4	20
84	3	3	2	4	5	4	21
85	4	4	3	3	3	3	20
86	4	4	3	3	5	5	24
87	3	4	4	3	3	5	22
88	3	3	4	3	3	3	19
89	3	3	4	4	4	4	22
90	4	4	4	3	3	3	21
91	3	3	4	4	4	4	22
92	4	3	2	3	3	3	18
93	3	3	3	3	3	2	17
94	4	4	4	3	3	4	22
95	3	4	2	5	5	2	21
96	4	4	4	3	3	5	23

Lampiran 10 : Hasil Uji Normalitas

Grafik Histogram



Grafik Normal Probability Plot of Regression



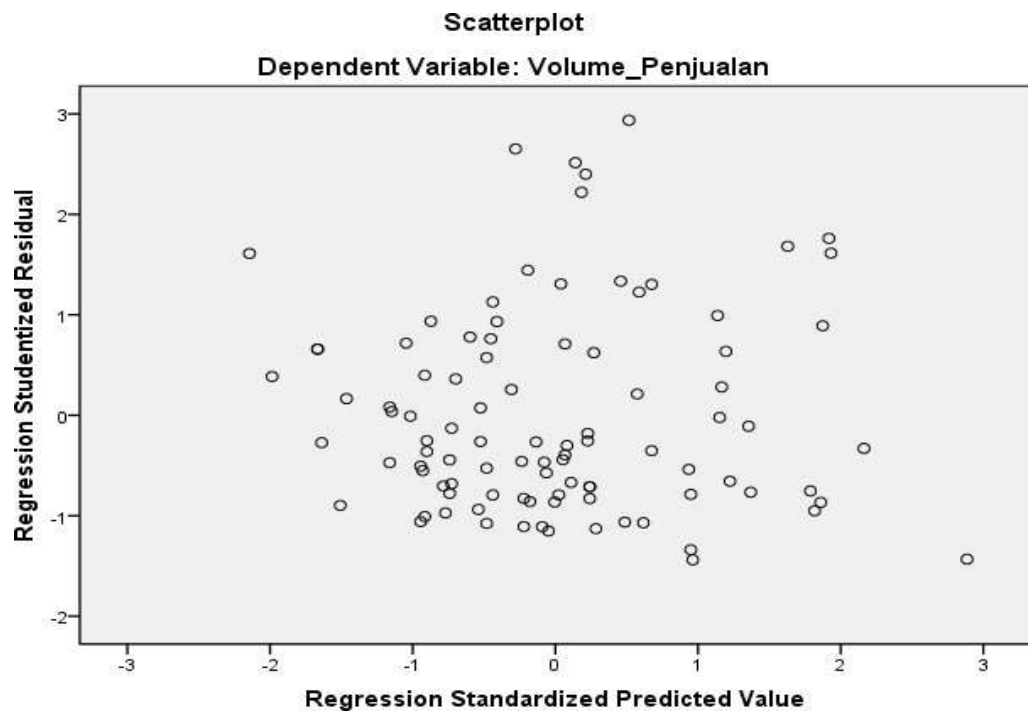
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.97468115
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.041
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.590
Asymp. Sig. (2-tailed)		.877

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 11 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



Lampiran 12 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.559	.550	3.006

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Covid 19

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1066.996	2	533.498	59.022	.000 ^a
	Residual	840.629	93	9.039		
	Total	1907.625	95			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Covid 19

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.911	2.478		1.175	.243		
Covid 19	-.176	.074	-.168	-2.390	.019	.963	1.039
Kualitas Produk	.824	.076	.762	10.861	.000	.963	1.039

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : CATRIN
Tempat / Tanggal Lahir : MEDAN, 25 AGUSTUS 1999
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Alamat : JL. BRIGJEND HAMID KATAMSO GG
KOPEL NO 5A MEDAN
Alamat E-mail : CATRINFONG98@GMAIL.COM
Agama : BUDDHA
Status : BELUM KAWIN
Handphone (HP) : 0822-7319-3878

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2004 s/d Tahun 2005 : TK A & TK B
Tahun 2006 s/d Tahun 2011 : SD
Tahun 2012 s/d Tahun 2014 : SMP
Tahun 2015 s/d Tahun 2017 : SMA

RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun 2018 s/d Sekarang : STAFF DEALER KURS (MONEY CHANGER)

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : -
Pekerjaan : -
Handphone (HP) : -
Alamat : -

Nama Ibu : Fong Sioe Jeng
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 0812-6032-7177 / 085100103811
Alamat : JL. BRIGJEND HAMID KATAMSO GG
KOPEL NO 5A MEDAN

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

Medan, 02 Juni 2021
Penulis


CATRIN



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 : ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id

Medan, 18 Maret 2021

Nomor : 1571/R/STIE-EP/III/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu Pimpinan Toko Halay Fashion

Di-

Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Catrin
NIM	: 171010032
Semester	: VIII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Umkm di Masa Pandemi Pada Pusat Pasar Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke Toko Halay Fashion 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

HALAY FASHION

Jl. Pusat Pasar, Kec. Medan Kota, Kota Medan
CP: 082170256559

SURAT KETERANGAN

Kepada Yth,
Ketua STIE Eka Prasetya
Medan

Berdasarkan pada surat keterangan ini, maka mahasiswi yang beridentitas di bawah ini telah diberikan izin untuk melakukan penelitian pada toko. Berikut ini adalah identitas dari mahasiswi:

Nama	: Catrin
NIM	171010032
Progam Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Covid 19 dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan UMKM di Masa Pandemi Pada Pusat Pasar Medan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk memberikan izin kepada mahasiswi Catrin untuk melakukan penelitian, Terima kasih.

Medan, 22 Maret 2021


HALAY FASHION

Tantowie Yudhinata
Pemilik



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : CATRIN
NIM : 171010032
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tan Pimp. Sem
1	Selasa 03 Maret '20	DENA THALIA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh bauran pemasaran & segmentasi pasar terhadap penjualan properti perumahan pada PT. HOSEINIA KARYA MEDAN	161010145	
2	Selasa 03 Maret '20	HERRY JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Word of Mouth & total Quality Management terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. INDOMAS TIRTA KENCANA ABADI	161010048	
3	Selasa 03 Maret '20	CITRA DEWI JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kepemimpinan diri & motivasi diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi manajemen STE EKA PRASETYA MEDAN	161010134	
4	Kamis 05 Maret '20	Riana JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Pelayanan & Kepercayaan terhadap keputusan menggunakan jasa ekspedisi muatan kapal laut PT. ANUGERAH KREASI SELARAS MEDAN	161010060	
5	Kamis 05 Maret '20	William JUDUL PROPOSAL: Pengaruh strategi experiential marketing & komitmen terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mekada Abadi Medan	171010122	
6	Kamis 05 Maret '20	Vivian JUDUL PROPOSAL: Pengaruh citra merek & saluran distribusi terhadap penjualan Pestisida pada PT. PANCA KURNIA NUSA	16100094	
7		JUDUL PROPOSAL :		
8		JUDUL PROPOSAL :		

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

Medan, 05 Maret 2020
Ketua STE Eka Prasetya

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN ARTIKEL
ILMIAH



Nama Mahasiswa : CATRIN
NIM : 171010032
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran Kelas : Pemasaran A
Nomor HP, No. WA : 0822-7319-3878 Email : catrinfongga@gmail.com
Alamat Tinggal : Jl. Briggend Katamsa Gg. Kopel NO 5A Medan.
Dosen Pembimbing Tugas Akhir : TTD :

Ka. Prodi		Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II	Mahasiswa	
Indira Gustina, S.E., M.M.		Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.	Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.	Catrin	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing		
			I	II	
1	03 Dec '20	Revisi Judul			
2	10 Des '20	Pengajuan judul baru			
3	10 Des '20	Acc judul			
4	10 Des '20	Penentuan Populasi			
5	14-01-2020	- Populasi Pedagang Pakaian 7:30			
6		- Tentukan terlebih dahulu ini jenis			
7		Penelitian Kualitatif atau Kuantitatif			
8		• Bila Kualitatif mengacu variabel bebasnya			
9		bisa Prasangka dan Insentif Selangka			
10		variabel terikat bisa Pengambilan Keputusan			
11	20 Jan '21	Revisi BAB I • Gimana keadaan bisnis dipusat Pasar.			
12		• Dampak dari sisi Pemasaran, harga, produk.			
13		• Cari data penjualan penjualan sebelum covid & setelah covid.			
14		• HARUS MELAKUKAN SURVEI AWAL UMKMNYA DI PUSAT PASAR.			
15	10 Feb '21	• Dampak covid nya apa terhadap bisnis Pedagang Pakaian.			
16		• Revisi variabel x. X itu covid 19 bukan Pelayanan			
17		• Tambahkan periode data penjualan. 3 tahun terakhir sebelum covid & sesudah covid.			
18	15 Feb '21	• Setiap periode catumkan data penjualan. sebelum covid & sesudah covid			
19	15 Feb '21	- Revisi Data Penjualan. & cara hitung data /thn.			
20		- Revisi Data Penjualan, Revisi Rumus Masalah,			
21		- Revisi teknik Sampling.			
22	17-2-2021	ACC Semprom			
23	18-2-2021	ACC Semprom			
24	02 Mar '21	Perubahan judul Setelah semprom			
25	4/3-2021	ACC Semprom			
26	4/3-2021	ACC Semprom			

NO	Tanggal	URAIAN SINGKAT BIMBINGAN	Paraf dosen Pembimbing	
			I	II
26.	15 April '21	Tambah Pernyataan setiap Indikator / variabel		
27	30 April '21	Revisi Kuesioner.		
28.	25 Mei '21	Acc Kuesioner		
29	27 Mei '21	Acc Kuesioner		
30	01 Juni '21	BAB IV		
31	01 Juni '21	BAB V		
32.	01 Jun '21	Acc sidang meja hijau		
33	05 Jun '21	Presentasi Lanjutan		
34	08 Jun '21	Revisi Bab 4 dan 5		
35	08 Jun '21	Acc sidang C Belajar		
36	08 July '21	^{Stlh meja hijau.} Revisi sidang (doping 2). + Acc pengumpulan skripsi		
37	08 July '21	^{Stlh meja hijau.} Revisi sidang doping 1 + Acc pengumpulan skripsi		