



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 2789-2802

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Zera, Tampa Garam, Sorong Barat

Yulien Injili Sanyar<sup>1✉</sup>, Lili Sarce Joi Sapari<sup>2</sup>, Andrei Sahkarov Maryen<sup>3</sup>

Universitas Kristen Papua

Email: [injilisanyar02@gmail.com](mailto:injilisanyar02@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, tempat dan orang terhadap peningkatan penjualan pada Toko Zera, Tampa Garam. Teknik yang digunakan regresi linier berganda dengan jumlah sampel sebanyak 123 pelanggan atau konsumen. Hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa : 1) untuk hipotesis pertama (H1) karena  $t_{hitung} 3.068 > t_{tabel} 1.65776$  maka ada pengaruh X1(price) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$  maka hipotesis pertama (H1) di terima; 2) Dan untuk hipotesis kedua (H2) karena  $t_{hitung} 11.272 > t_{tabel} 1.65776$  maka terdapat pengaruh X2(place) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis kedua (H2) di terima; 3) Selanjutnya untuk hipotesis ketiga (H3) karena  $t_{hitung} 0,689 < t_{tabel} 1.65776$  maka tidak terdapat pengaruh X3 (people) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi  $0,491 > 0,05$  maka hipotesis ketiga (H3) di tolak.

Kata Kunci: *Price, Place, People, Peningkatan Penjualan*

## Abstract

The purpose of this research is to determine the effect of price, place and people on increasing sales at the Zera Store, Tampa Garam. The technique used was multiple linear regression with a sample size of 123 customers or consumers. The results of the research can be concluded that: 1) for the first hypothesis (H1) because  $t_{count}$  is  $3.068 > t_{table}$   $1.65776$  then there is an influence of (H1) accepted; 2) And for the second hypothesis (H2) because  $t_{count}$  is  $11.272 > t_{table}$   $1.65776$ , there is an influence of 3) Next, for the third hypothesis (H3), because  $t_{count}$  is  $0.689 < t_{table}$   $1.65776$ , there is no influence of X3 (people) on Y (increase in sales), and the significance value is  $0.491 > 0.05$ , so the third hypothesis (H3) is rejected.

Keywords: *Price, Place, People, Increased Sales*

## PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis baik usaha perseorangan atau usaha yang lainnya pasti memiliki kendala dalam proses usahanya baik, dari segi pendapatan, persaingan dengan usaha di sekitar, dari personal usaha sendiri, maupun kinerja kerja dari karyawannya, dan salah satu masalah yang sering terjadi adalah masalah persaingan antara usaha sendiri dan usaha di sekitarnya, untuk membangun dan mengembangkan usahanya agar tetap maju pengusaha melakukan berbagai macam cara demi keberlangsungan dan kemajuan dari usahanya, usaha yang dilakukan bisa terkait dengan bagaimanapan pemasaran, dan indentifikasi tingkat pendapatan dari usahanya.

Menurut Alex S Nitisemito (1981) Marketing dapat didefinisikan semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif, dari kedua kesimpulan di atas pemasaran merupakan segala usaha yang dilakukan agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar dan memberikan dampak kemajuan yang diinginkan, yang tergantung dari berbagai aspek, dan usaha dari pengusaha itu sendiri.

Pemasaran juga dapat memengaruhi tingkat pendapatan dari usaha tersebut, untuk itu strategi bauran pemasaran diperlukan untuk kelancaran dan kemajuan dari suatu usaha. Pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). atau dengan kata lain uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Toko Zera merupakan salah satu bentuk usaha perseorangan yang beralamat di Tampa Garam, Kelurahan Klawasi distrik sorong barat, kegiatan usaha yang dilakukan dalam kesehariannya yaitu menjual produk-produk seperti makanan, minuman, kebutuhan kebersihan, dan kebutuhan sehari-hari disini juga dilengkapi dengan jasa pengiriman uang dan penjualan pulsa yang menjadi salah satu daya tarik pelanggan di sekitaran daerah Kelurahan Tanjung. Toko ini beroperasi, tidak luput dari pengaruh pemasaran sehingga untuk meningkatkan pendapatan. Menjadi permasalahan, apakah mengalami peningkatan atau malah sebaliknya, dapat dilihat dari strategi bauran pemasaran, yang meliputi, produk yang dihasilkan, harga produk yang diberikan, cara mempromosikan produk mereka, tempat usaha yang harus strategis, manusia yang disini hubungannya dengan kinerja karyawan, physical evidence yang berkaitan dengan bangunan fisik usaha, dan proses yang berkaitan dengan laur kerja usaha yang dijalankan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian akan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

### Populasi dan Sampel

1. Populasi; Populasi merupakan sejumlah sampel yang ada dalam satu wilayah tertentu dengan jumlah tertentu dan memiliki karakteristik yang sama. Dalam penelitian ini menggunakan populasi jumlah pelanggan di Toko Zera Tampa Garam, Tanjung Kasuari.
2. Sampel; Sampel merupakan anggota dari suatu populasi yang menunjukkan karakteristik yang sama pada populasi tertentu. Karena jumlah populasi di bawah 123 orang setiap hari sehingga pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil berasal dari keseluruhan jumlah populasi jumlah pelanggan di Toko Zera Tampa Garam, Tanjung Kasuari.

### Jenis dan Sumber Data

Data terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dengan terjun ke lapangan sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung yaitu melalui

jurnal, website, dan lain-lain (Mulyadi, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

Sumber data yang digunakan yaitu menggunakan riset kepustakaan dan penelitian lapangan, riset kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui buku-buku dan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian. Sedangkan penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap sumber atau objek penelitian (Mulyadi, 2019).

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data berdasarkan dengan jenis penelitian kuantitatif maka dalam penelitian ini menggunakan beberapa jenis teknik pengumpulan data, antara lain :

1. Kuesioner; Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan pemberian pertanyaan baik dengan kertas ataupun secara online kepada responden terkait dengan variabel penelitian yang digunakan. Maka dalam penelitian ini akan menyebarkan kuesioner terkait dengan variabel price (harga X1), Place (tempat X2), people (X3) yang merupakan sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 123 pelanggan.
2. Observasi; Observasi adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.
3. Studi Kepustakaan; Dilakukan dengan cara mengumpulkan teori yang relevan, artikel-artikel dan literatur lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian adalah *regresi linier berganda*. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda maka terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuisisioner dengan menggunakan SPSS versi 26.

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas
  - a. Uji Validitas; Uji Validitas di gunakan untuk menguji sejauh mana akurasi atau kebenaran suatu instrumen sebagai instrumen pengukuran variabel pencarian.

Formula yang digunakan yaitu:

$$r_{xy} = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n[\sum X^2(\sum X^2)][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

X = Skor item

- Y = Skor Total
- XY = Skor Pertanyaan
- N = Jumlah responden untuk diuji coba
- r = Korelasi product moment

b. Uji Reliabilitas; Tes reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan koherensi instrumen pengukuran untuk mengukur gejala yang sama dari peluang lain. Jika setelah menggunakan SPSS didapatkan output bahwa nilai cronbach's alpha ( $\alpha$ ) > 60 % (0,60) maka variabel yang digunakan sebagai instrument penelitian dianggap konsisten atau reliabel sedangkan jika nilai cronbach's alpha ( $\alpha$ ) < 60 % (0,60) maka variabel yang digunakan sebagai instrument penelitian dianggap tidak konsisten atau tidak reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Multikolinieritas; Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.
- b. Uji Heteroskedastisitas; Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

## 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda karena terdapat lebih dari satu variabel. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel price (harga X1), Place (tempat X2), people (X3) terhadap peningkatan penjualan. Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan rumus Rumus regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b1. Xa + b2. Xb + b3. Xc + e$$

Keterangan:

- Y = Peningkatan penjualan
- $\alpha$  = Konstanta
- b1, b2, b3 = Koefisien regresi
- Xa = price (harga X1)
- Xb = place (tempat X2)
- Xc = people (orang, X3)

## 4. Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara parsial dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan (confidence level) = 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka koefisien korelasi yang diuji dapat dikategorikan signifikan, dan sebaliknya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat dikategorikan tidak signifikan (Sari, 2008). Pengujian regresi linear berganda dan uji t dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26 untuk windows.

#### 5. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

#### 6. Uji Koefisien Determinasi Parsial ( $R^2$ )

Koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) digunakan untuk mengukur faktor manakah yang paling berpengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai  $r^2$  yang besar menunjukkan variabel independen yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Tujuan menghitung koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) adalah untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Responden

#### 1. Deskripsi Identitas Responden

Dalam pengumpulan data digunakan 123 responden yang merupakan konsumen Toko Zera, Tampa Garam. Dan berikut merupakan beberapa data dari identitas responden, sebagai berikut :

Tabel I. Karakteristik Demografi Responden

Kategori	Keterangan	Sampel	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	58	47 %
	Perempuan	65	53 %
Umur	< 25	53	41 %
	25 - 30	23	19 %
	31 - 35	28	23 %
	36 - 40	8	7 %
	> 41	12	10 %
Tingkat Pendidikan	SMA	37	30 %

SMP	41	33 %
SD	45	37 %

Sumber : Pengolahan Data Primer

Responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 58 orang dan perempuan sebanyak 65 orang. Hal ini menunjukkan konsumen pada Toko Zera, Tampa Garam lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki. Responden ada yang berumur di bawah 25 tahun, berumur 25-30 tahun sebanyak 23 orang, berumur 31-35 tahun sebanyak 28 orang, berumur 36-40 tahun sebanyak 8 orang, dan berumur diatas 41 tahun sebanyak 12 orang. Hal ini menandakan lebih banyak pelanggan atau konsumen yang berumur di bawah 25 tahun. Responden berdasarkan tingkat pendidikan SMA sebanyak 37 orang, SMP sebanyak 41 orang, dan SD sebanyak 45 orang. Hal ini menandakan lebih banyak pelanggan atau konsumen pada jenjang Pendidikan Sekolah Dasar.

#### Hasil Analisis Data

##### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan *Pearson Correlation*. Terdapat beberapa syarat pengambilan keputusan, dimana jika nilai dari Sig. bernilai lebih kecil atau  $< 0.05$  dan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka data yang digunakan dianggap valid. nilai r tabel untuk  $df = 123-2 = 122$   $\alpha = 0,05$  adalah  $r_{tabel} = 0,148$

Tabel II. Hasil Uji Validitas

Pernyataan Variabel X1 (harga, price)	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Price (Harga) $X_{11}$	0,978	0,148	Valid
Price (Harga) $X_{12}$	0,995	0,148	Valid
Price (Harga) $X_{13}$	0,974	0,148	Valid
Price (Harga) $X_{14}$	0,989	0,148	Valid
Pernyataan Variabel X2 (tempat, place)	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Place (tempat) $X_{21}$	0,975	0,148	Valid
Place (tempat) $X_{22}$	0,992	0,148	Valid
Place (tempat) $X_{23}$	0,974	0,148	Valid
Place (tempat) $X_{24}$	0,987	0,148	Valid
Pernyataan Variabel X3	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Orang (people)			
People (orang) $X_{31}$	0,877	0,148	Valid
People (orang) $X_{32}$	0,673	0,148	Valid

People (orang) X <sub>33</sub>	0,900	0,148	Valid
People (orang) X <sub>34</sub>	0,875	0,148	Valid
Pernyataan Variabel Y Peningkatan penjualan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Peningkatan penjualan Y <sub>11</sub>	0,971	0,148	Valid
Peningkatan penjualan Y <sub>21</sub>	0,987	0,148	Valid
Peningkatan penjualan Y <sub>31</sub>	0,989	0,148	Valid
Peningkatan penjualan Y <sub>41</sub>	0,978	0,148	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer

Dari hasil uji statistik nilai korelasi pearson menunjukkan semua angka diatas 0,148, kesimpulannya untuk variabel X1 (price atau harga) > 0,148 atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dinyatakan Valid. Begitu pula dengan variable X2 (Place atau tempat), variable X3 (people atau orang, dan variable dependent Y (peningkatan penjualan)

#### b. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas ini peneliti menggunakan teori *Cronbach Alpha*. Terdapat beberapa syarat pengambilan keputusan, dimana jika nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0.60 maka data yang digunakan dapat dikatakan reliabel.

Tabel III. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Hasil Uji Reliabilitas	Keterangan
Price (harga) (X1)	0,60	0,857	Reliabel
Place (tempat) (X2)	0,60	0,856	Reliabel
People (orang) (X3)	0,60	0, 822	Reliabel
Peningkatan penjualan (Y)	0,60	0,856	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas di peroleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar atau > 0.60. Sehingga dapat dinyatakan 16 butir pernyataan tersebut reliabel.

#### c. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas di uji dengan menggunakan nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), jika nilai VIF di bawah 10 dan nilai tolerance diatas 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas yang artinya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (price, place dan poeple) sehingga model regresinya di nyatakan baik ( Ghozali 2016)

Tabel IV. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai VIF	Tolerance	Keterangan
Harga (X1)	1.564	0, 639	Tidak terjadi multikolinearitas
Tempat (X2)	1.507	0, 664	Tidak terjadi multikolinearitas
Orang (X3)	1.233	0,811	Tidak terjadi multikolinearitas

*Sumber : Pengolahan Data Primer*

Dari tabel diatas dapat di lihat bahwa nilai VIF X1=1,564 dan X2= 1,507 dan X3 = 1.233 di bawah 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas dan nilai tolerance X1=0,956 dan X2, lebih besar dari 0,10 maka ini artinya tidak terjadi multikolinearitas.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu dengan yang lainnya. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ( $\alpha > 0,05$ ) maka dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. sehingga model regresinya di nyatakan baik (Ghozali 2016)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized		Standardized			
	B	Std. Error	Coefficients			
(Constant)	4.672	.680	Beta		6.875	.000
1 price	.054	.039	.133		1.389	.167
place	-.255	.038	-.627		-6.659	.300
people	.026	.041	.054		.631	.530

a. Dependent Variable: abs\_res

*Sumber : Pengolahan Data Primer*

Dengan menggunakan uji Glejser diperoleh nilai signifikansi pada setiap variabel bebas (price, place dan people) diatas 0,05. Sehingga kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.851	1.001		2.847	.005
1 price	.175	.057	.193	3.068	.003
place	.637	.056	.696	11.272	.000
people	.041	.060	.038	.689	.492

a. Dependent Variable: peningkatanpenjualan

Sumber : Pengolahan Data Prime

$$Y = \alpha + b1. X1 + b2. X2 + b3.X3$$

Y = peningkatan penjualan

$\alpha$  = Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien regresi

X1 = price

X2 = place

X3 = people

dari hasil analisis regresi linear berganda diatas maka di peroleh persamaan :

$$Y = 2.851 + 0.175X1 + 0,637X2 + 0,041X3$$

e. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis dan menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri dengan variabel terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan thitung dan tabel, pengujian juga bisa dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi ( $\alpha= 0,05$ )

Tabel VII. Hasil Uji T

No	Hipotesis	Unstandardized	Standardized	t <sub>hitung</sub>	Sig	Keterangan
		Coefficients Beta	Coefficients Beta			
1	H1	0,175	0,193	3.068	0,003	Ada pengaruh
2	H2	0,637	0,696	11.272	0,000	Ada pengaruh
3	H3	0,041	0,038	0,689	0,491	Tidak ada pengaruh

Sumber : Pengolahan Data Primer

$$\alpha = 5\% = 0,05 \quad df = n-k = 123 - 4 = 119, \quad t\text{-tabel} = 1.65776 \text{ (lihat tabel t)}$$

Untuk hipotesis pertama (H1) karena T hitung 3.068 > T tabel 1.65776 maka ada pengaruh X1(price) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi 0,003 < 0,05 maka hipotesis pertama (H1) di terima. Dan untuk hipotesis kedua (H2) karena T hitung 11.272 > T tabel 1.65776 maka terdapat pengaruh X2(place) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka hipotesis kedua (H2) di terima. Selanjutnya untuk hipotesis ketiga (H3) karena T hitung 0,689 < T tabel 1.65776 maka tidak terdapat pengaruh X3 (people) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi 0,491 > 0,05 maka hipotesis ketiga (H3) di tolak

f. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu price (X1), place (X2) dan people (X3) secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat Y (peningkatan penjualan). Uji F menggunakan tabel ANOVA atau F test dimana apabila F-hitung lebih besar dari F-tabel maka variabel bebas secara Bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	3003.318	3	1001.106	92.110	.000 <sup>b</sup>
1	Residual	1293.365	119	10.869		
	Total	4296.683	122			

a. Dependent Variable: peningkatanpenjualan

b. Predictors: (Constant), people, place, price

Sumber : Pengolahan Data Primer

$$\alpha = 5\% = 0,05 \quad F \text{ tabel : } k = 3, \quad n-k = 123-3 = 120$$

didapat F-tabel = 2,68

dari hasil uji F diatas dapat dilihat bahwa F hitung 92.110 > F tabel 2.68 maka terdapat pengaruh X1 (price), X2 (place) dan X3(people) secara simultan Bersama-sama terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka hipotesis keempat di terima.

g. Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1.

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 <sup>a</sup>	.699	.691	3.297

a. Predictors: (Constant), people, place, price

b. Dependent Variable: peningkatanpenjualan

*Sumber : Pengolahan Data Primer*

Dari hasil uji R<sup>2</sup> di peroleh nilai R<sup>2</sup> = 0,699 yang artinya besarnya kontribusi price, place dan people secara bersama-sama terhadap tinggi rendahnya peningkatan penjualan sebesar 69,9 %, dan sisanya sebesar 31,1 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa : 1) untuk hipotesis pertama (H1) karena  $t_{hitung} 3.068 > t_{tabel} 1.65776$  maka ada pengaruh X1(price) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi 0,003 < 0,05 maka hipotesis pertama (H1) di terima; 2) Dan untuk hipotesis kedua (H2) karena  $t_{hitung} 11.272 > t_{tabel} 1.65776$  maka terdapat pengaruh X2(place) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka hipotesis kedua (H2) di terima; 3) Selanjutnya untuk hipotesis ketiga (H3) karena  $t_{hitung} 0,689 < t_{tabel} 1.65776$  maka tidak terdapat pengaruh X3 (people) terhadap Y (peningkatan penjualan), dan nilai signifikansi 0,491 > 0,05 maka hipotesis ketiga (H3) di tolak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemitro. "Ar Us Àara Ng Dan J Asa Dari Tangan Pr Oduse N Ke Tangan," 1984.
- Amilia, Suri, and Ayu Novianti. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kanasha Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 5, no. 1 (2016): 459–68. <http://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/47>.
- AR, Andi Reski Aulia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pantai Losari Di Kota Makassar)." *Ekonomi*, 2018, 17–18.
- Darwin, Muhamad, and Akhmad Sefudin. "Perbandingan Teori Disrupsi Pada Marketing Di Era." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 1, no. 2 (2020): 25–39.
- Fabiana Meijon Fadul. "Segmen Pasar Yang Efektif," 2019, 6–20.
- Hanifaradiz, Aliefia, and Budhi Satrio. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* : 5 (2016): 1–17.
- Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitingjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, Ni Nyoman Kerti Yasa, Teti Chandrayanti, Voettie Wisataone, Aditya Wardhana, Roeskani Sinaga, and Nur Hilal. "Konsep Bauran Pemasaran 4P Dan 7P." *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, no. June (2021): 126.
- Imtihan, Nazarudin. "Economac PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA PADANG Imtihan Dan Nazaruddin Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat" 1, no. 1 (2017).
- Mappigau, Ernawaty. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil Di Kecamatan Mamuju." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 2, no. 1 (2023): 56–68.
- Maulana, Asril. "Analisis Pendapatan Dan Beban Operasional Dalam Meningkatkan Laba Operasional Pada PT. Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara (PT KPB Nusantara)." *Jurnal Akuntansi* 1, no. 2 (2018): 25–27.
- Padi, Petani, Sawah Berdasarkan, and Luas Lahan. "No Title," 2012, 426–33. Press, Ahlimedia. *Dasar-Dasar Pemasaran*, n.d.
- Purtiwi, Narita Putri. "Menelusuri Pemetaan Komunikasi Pemasaran Kontekstual" 2, no. November (2018): 403–19. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i3.1147>.
- Pustaka, Kajian, Kerangka Pemikiran, and D A N Hipotesis. "No Title," 2012, 10–21.
- Ramadhan, Anggia, M Si Radian Rahim, S Kom, M Kom, and Nurul Nabila Utami. "Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)." *Penerbit Tahta Media*, 2023. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/144>.

- Winarto, Hari, and Chandra. "Strategi Pemasara." *Majalah Ilmiah Ekonomika* 14, no. 1 (2002): 124–28.
- Yulianti, Diana. "Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang." *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*.