

Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Volume Penjualan Batik Tulis Aulya Kediri

Kukuh Harianto

Prodi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri

proudjava@gmail.com

ABSTRAK

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui tingkat signifikansi antar variabel yang diteliti sehingga dapat ditarik kesimpulan yang jelas mengenai objek yang diteliti. Dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk menguji pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada Batik Aulya Kediri serta menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada Batik Aulya Kediri. Data diproses dengan menggunakan uji statistic untuk menentukan sebaran dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana yang menunjukkan hubungan signifikan ($r = 0,815$) antara diversifikasi produk terhadap volume penjualan. Diperoleh nilai t sebesar 4.443 lebih besar dari t tabel sebesar 2.22. Nilai r_{square} sebesar 0.664 menunjukkan bahwa 66.4% variabel independen (diversifikasi produk) yang dapat menjelaskan variabel dependen (volume penjualan). Sedangkan sisanya sebesar 28,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hasil analisa data menunjukkan bahwa diversifikasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. Sehingga disarankan untuk selalu menambah jenis produk baru untuk meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: Diversifikasi Produk dan Volume Penjualan

ABSTRACT

The method used in this research is descriptive quantitative method. By using research methods will determine the level of significance between the variables studied so that it can be drawn the obvious conclusion about the object being studied. In this study, quantitative descriptive method used to test the effect of product diversification to sales volume on Aulya Batik Kediri and to test the theory by testing a hypothesis whether accepted or rejected.

The purpose of this study was to determine the effect of product diversification to sales volume on Aulya Batik Kediri. Data are processed using statistical tests to determine the spread and influence of independent variables on the dependent variable. Test used is simple linear regression analysis showed a significant correlation ($r = 0.815$) between the diversification of products to sales volume. Obtained t value of 4,443 bigger than t table at 2:22. R_{square} value for 0664 show that 66.4% of independent variables (diversified products) that could explain the dependent variable (sales volume). While the remaining 28.4% influenced or explained by other variables not included in this study. The results of data analysis showed that the diversification of products significantly influence sales volume. So it is advisable to always add new types of products to increase sales volume.

Keywords: Diversified Product and Sales Volume

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan persaingan usaha yang ketat antar perusahaan dengan menawarkan jenis produk dengan kualitas dan harga yang hampir sama. Persaingan usaha menuntut setiap perusahaan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya guna memperoleh volume penjualan yang sebesar-sebesarnya. Sehingga mutlak diperlukan suatu inovasi untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen guna menambah angka permintaan terhadap produknya.

Kotler (2005) menjelaskan bahwa pekerja pemasaran bukan bagaimana menemukan konsumen yang tepat untuk sebuah produk, tetapi bagaimana membuat produk yang tepat untuk konsumen. Sehingga produsen perlu membuat produk sesuai dengan selera konsumen.

Cepatnya perubahan selera dan meningkatnya kebutuhan konsumen, menuntut perusahaan untuk selalu berinovasi menciptakan produk-produk baru dengan harga yang bersaing. Untuk mengatasi persaingan yang ketat antar perusahaan dalam memenuhi selera konsumen, salah satu cara yang digunakan adalah dengan melakukan diversifikasi produk yaitu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas. Tjiptono (2001)

Adanya barang sejenis dengan harga yang tidak jauh berbeda dalam pasar konsumen menyebabkan timbulnya persaingan antara perusahaan yang sejenis. Sehingga Batik Aulya dalam menjalankan kebijaksanaan untuk meningkatkan volume penjualan dan untuk menghadapi persaingan ini, maka perusahaan perlu memperhatikan produk yang dipasarkan dengan cara antara lain mengadakan diversifikasi produk. Ada kemungkinan apabila perusahaan tidak melakukan diversifikasi terhadap produk, maka konsumen akan berpindah

pada produk pesaingnya. jika hal tersebut terjadi maka perusahaan akan kehilangan konsumen dan mengakibatkan volume penjualan akan menurun. Tetapi jika diversifikasi produk dijalankan sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan selera konsumen, maka diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Batik Aulya sebagai tempat produksi batik hanya menembus kalangan menengah atas dikarenakan harga jual boleh dikatakan tidak murah bila dibandingkan dengan produk batik sejenis. Usaha ini dimulai bersama keluarganya, dimana Batik Aulya Kediri mempunyai tempat produksi di Desa Surat, Kec. Mojo, Kab. Kediri. Batik Aulya memiliki produk diantaranya pembuatan batik tulis kain katun pewarna sintetis, batik tulis kain katun pewarna alam, batik tulis kain tenun pewarna sintetis, batik tulis kain tenun pewarna alam, batik tulis kain sutera pewarna sintetis dan batik tulis kain sutera pewarna alam.

Di Kediri ada beberapa perusahaan batik yang menjadi pesaing bagi Batik Aulya, diantaranya yaitu: Batik Suminar, Batik Wilis, Batik Lochatara.

Tabel 1 memperlihatkan volume penjualan yang tidak teratur dari tahun ke tahun, maka peneliti tertarik untuk mengukur seberapa besar tingkat keragaman Produk yang ditawarkan kepada konsumen apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen sebagai pembeli produk sehingga dapat menaikkan volume penjualan. Maka dari itu Guna memperoleh konsumen yang lebih banyak, Batik Aulya Kediri menawarkan keragaman produk yang inovatif, sehingga tetap mampu menarik setiap pelanggan dari semua kalangan.

Tabel 1
Volume penjualan Batik Aulya Kediri
Tahun 2012 – 2015

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Caturwulan I | 12 | 9 | 15 | 14 |
| Caturwulan II | 15 | 12 | 17 | 16 |
| Caturwulan III | 18 | 14 | 24 | 22 |
| Total Volume Penjualan | 45 | 35 | 56 | 52 |

Sumber: Penelitian lapangan (2016)

Maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah Diversifikasi Produk berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan pada Batik Aulya Kediri? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada Batik Aulya Kediri. Berdasarkan pemikiran di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Volume Penjualan pada Batik Aulya Kediri”.

Akhirnya, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan informasi/masukan bagi perusahaan untuk merumuskan kebijakan, khususnya dalam hal diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada Batik Aulya Kediri; dengan melakukan penelitian, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berguna bagi peneliti, khususnya mengenai diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada Batik Aulya Kediri.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. (Sugiyono 2011)

Metode penelitian digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi antar variabel yang diteliti sehingga

dapat ditarik kesimpulan yang jelas mengenai objek yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. (Sugiyono, 2011).

Menurut Sugiyono (2011), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak (random sampling), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk menguji pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada Batik Aulya Kediri serta menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Menurut Sugiyono (2011) menjelaskan data primer sebagai berikut: “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.” Data primer dalam penelitian ini yaitu berupa hasil obeservasi dan hasil wawancara.

Sedangkan Sugiyono (2011) mendefinisikan sumber data sekunder: "Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literature, buku-buku serta dokumen perusahaan." Dalam penelitian ini data sekunder menggunakan data penjualan Batik Aulya dari tahun 2009 s/d tahun 2015.

Metode Pengumpulan Data

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh penjualan yang dikeluarkan oleh Batik Aulya 2009 s/d 2015. Yaitu penjualan sebanyak 12 catur wulan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011).

Teknik ini mengambil sampel yang memiliki kriteria tertentu antara lain:

- Telah memenuhi batas minimum Volume penjualan.
- Semua data variabel terikat dan bebas tersedia.

Dengan menggunakan kriteria diatas maka jumlah sampel dari penelitian ini adalah penjualan selama empat tahun dari tahun 2012 sampai 2015 sebanyak 12 catur wulan.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan :

- Observasi atau pengamatan mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah

proses-proses pengamatan dan ingatan. (Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013). Peneliti melakukan observasi langsung di Batik Aulya Kediri yang beralamat di Ds. Surat, Kec. Mojo, Kab. Kediri untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian.

- Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada pemilik untuk memperoleh data yang berkaitan dengan masalah pengaruh diversifikasi produd terhadap volume penjualan
- Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. (Arikunto, 2010). Metode ini digunakan untuk melihat data penjuln batik Aulya dari tahun 2012 s/d 2015

ANALISIS DATA

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian yaitu:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid.

Pengujian Normalitas data dilakukan menggunakan *One Sample Kormogorov-Smirnov Test*, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan ini dari uji normalitas adalah dengan melihat probabilitas *asym.sig (2-tailed) > 0.05* maka data mempunyai distribusi normal dan sebaliknya jika probabilitas *asym.sig (2-tailed) < 0.05* maka data mempunyai distribusi yang tidak normal.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2011) menyatakan bahwa regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent dengan satu variabel dependent. Bentuk umum persamaan regresi yaitu : $Y = a + bX$

Dimana :

- Y = Variabel dependent
- X = Variabel independent
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi

Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013), yang dimaksud dengan hipotesis adalah sebagai berikut: “Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”.

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara diversifikasi produk terhadap volume penjualan. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- Ho : tidak terdapat pengaruh antara diversifikasi produk terhadap volume penjualan batik aulya Kediri
- Ha : ada pengaruh antara diversifikasi produk terhadap volume penjualan batik aulya Kediri

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini maka digunakan uji statistik t. Uji statistik t digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (diversifikasi produk) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (volume penjualan). Pengujian signifikansi hipotesis, selain dapat menggunakan tabel, juga dapat dihitung dengan uji t dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

- r = Koefisien korelasi
- t = Uji statistik

Kriteria pengujian hipotesis melalui uji t:

- a. Ho diterima dan Ha ditolak, jika t hitung < t tabel
 - b. Ho ditolak dan Ha diterima jika t hitung > t tabel
- (Sugiyono, 2013)

HASIL PENELITIAN

Batik Aulya didirikan pada tanggal 7 Februari 2009 oleh Wiwin Munawaroh di Ds. Surat, Kec. Mojo, Kab. Kediri. Batik Aulya merupakan usaha yang khusus menggeluti batik tulis. Semua teknik pengerjaan pembuatan batik mulai dari mendesain motif hingga pewarnaan masih dilakukan secara manual menggunakan tangan (non mesin) yang memerlukan waktu dua minggu untuk membuat satu lembar kain batik. Dikarenakan harga batik yang mahal, Penjualan Batik Tulis Aulya hanya menasar kalangan menengah atas. Penggunaan pewarna alam menjadi ciri khas dari Batik Aulya.

Secara keseluruhan produk Batik Aulya merupakan jenis batik tulis dengan penganekaragaman pada jenis pewarna dan bahan kain yang digunakan, yaitu:

- a. Batik tulis katun pewarna sintetis
- b. Batik tulis katun pewarna alam
- c. Batik tulis tenun pewarna sintetis
- d. Batik tulis tenun pewarna alam
- e. Batik tulis sutra pewarna sintetis
- f. Batik tulis sutra pewarna alam

Berikut ini akan disajikan data volume penjualan Produk dalam 4 tahun terakhir, yang dapat dilihat melalui tabel 2 berikut.

Tabel 2
Volume penjualan
Batik Aulya Tahun 2012 – 2015

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Cawu I | 12 | 10 | 20 | 33 |
| Cawu II | 18 | 15 | 23 | 45 |
| Cawu III | 19 | 17 | 28 | 62 |
| Total Volume Penjualan | 49 | 42 | 71 | 140 |

Sumber: Penelitian lapang (2016)

Berdasarkan data volume penjualan pada tabel 2 maka dapat disajikan laju perkembangan penjualan produk sebagai berikut :

1. Perkembangan Cawu II 2012 = $\frac{18 - 12}{12} \times 100\%$
= 50%
2. Perkembangan Cawu III 2012 = $\frac{19 - 18}{18} \times 100\%$
= 6%
3. Perkembangan Cawu I 2013 = $\frac{10 - 19}{10} \times 100\%$
= -50%
5. Perkembangan Cawu II 2013 = $\frac{15 - 10}{10} \times 100\%$
= 50%
6. Perkembangan Cawu III 2013 = $\frac{17 - 15}{15} \times 100\%$
= 13%
7. Perkembangan Cawu I 2014 = $\frac{20 - 17}{17} \times 100\%$
= 18%
8. Perkembangan Cawu II 2014 = $\frac{23 - 20}{20} \times 100\%$
= 15%
9. Perkembangan Cawu III 2014 = $\frac{28 - 23}{23} \times 100\%$
= 22%
10. Perkembangan Cawu I 2015 = $\frac{33 - 28}{28} \times 100\%$
= 18%
11. Perkembangan Cawu II 2015 = $\frac{45 - 33}{33} \times 100\%$
= 36%

$$12. \text{Perkembangan Cawu III 2015} = \frac{62 - 45}{45} \times 100\% = 38\%$$

Berdasarkan data volume penjualan tersebut menunjukkan bahwa prosentase perkembangan penjualan produk dalam empat tahun (2012 s/d 2015) nampak bahwa pada cawu II 2012 mengalami kenaikan 50% dari cawu sebelumnya. pada cawu III 2012 mengalami kenaikan 6% dari perolehan penjualan cawu sebelumnya. Pada cawu I 2013 mengalami penurunan -50% dari perolehan cawu sebelumnya. pada cawu II 2013 mengalami kenaikan 50 % dari perolehan penjualan cawu sebelumnya. Pada cawu III 2013 mengalami kenaikan 13% dari penjualan cawu sebelumnya. Pada cawu I 2014 mengalami kenaikan 18% dari perolehan cawu sebelumnya. Pada cawu II 2014 mengalami kenaikan 15% dari perolehan penjualan cawu sebelumnya. Pada cawu III 2014 mengalami kenaikan 22% dari perolehan penjualan cawu sebelumnya 11. pada cawu I 2015 mengalami kenaikan 18% dari perolehan penjualan cawu sebelumnya . Pada cawu II 2015 mengalami kenaikan 36% dari perolehan penjualan cawu sebelumnya. pada cawu III 2015 mengalami kenaikan 38% dari perolehan penjualan cawu sebelumnya.

Uji Asumsi Klasik

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan program SPSS 16.0. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

metode analisis statistik. Sebelum pengujian hipotesis dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui normalitas nilai residual,

peneliti menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* di mana kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai p yang diperoleh dengan taraf signifikansi yang sudah ditentukan, yaitu 0,5%. Agar berdistribusi normal maka variabel residual harus memiliki nilai signifikansi $\geq 0,05$. Berikut adalah hasil uji normalitas:

Tabel 3
Uji Normalitas

| No | Variabel | Asym. Sig(p-Value) | Kondisi | Keterangan Distribusi Data |
|----|----------------------|--------------------|---------|----------------------------|
| 1. | Diversifikasi Produk | 0.232 | > 0.005 | Normal |
| 2. | Volume Penjualan | 0.851 | > 0.005 | Normal |

Sumber: Data diolah (2016)

Tabel 4
Uji Regresi

| Variabel | Harga r | | | Harga t | | Koef | Konst | Ket. |
|----------|---------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|-------|-------|---------------------------|
| | R | r _{square} | r _{tabel} | t _{hitung} | t _{tabel} | | | |
| X – Y | 0.815 | 0.664 | 0.578 | 4.443 | 2.22 | 0.536 | 0.106 | Ada hubungan yang positif |

Sumber: Data diolah (2016)

Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Besarnya perubahan pada faktor dependen (Y) akibat perubahan pada faktor independen (X) secara parsial dapat dijelaskan melalui persamaan regresi seperti yang tertera dalam tabel 4.

Dari data perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa ada hubungan yang positif antara diversifikasi produk terhadap volume penjualan ditunjukkan dengan harga r_{hitung} (0.815) lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.196). Persamaan regresi linier sederhana dapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- a : Konstanta
- b : Koefisien Regresi
- X : Diversifikasi Produk
- Y : Volume Penjualan

Berdasarkan pada tabel uji regresi linier sederhana hasil output SPSS tersebut diatas maka persamaan

regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.106 + 0.536X$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstan sebesar 0.106 artinya jika variabel Diversifikasi produk tidak dimasukkan dalam penelitian, maka tingkat Volume penjualan hanya sebesar 0.106%.
2. Kofisien regresi pada variabel Diversifikasi produk (X) sebesar 0.536 artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan pada diversifikasi produk, maka tingkat volume penjualan akan bertambah 0.536% dimana faktor lain dianggap konstan.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh masing masing variabel independen yaitu: harga dan

biaya promosi terhadap peningkatan penjualan. Hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. H_0 : Diversifikasi Produk tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan.
2. H_a : Diversifikasi Produk berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan.

Berdasarkan pada tabel uji t hasil output SPSS tersebut diatas maka diperoleh t_{hitung} sebesar 4.443 dengan nilai signifikansi 0.01, dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa Diversifikasi Produk berpengaruh positif terhadap Volume penjualan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi dapat dijelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square yang merupakan hasil kuadrat dari nilai koefisien korelasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Maka nilai determinasi ditentukan dengan R^2 (R Square). Dari hasil perhitungan SPSS didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 5
Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .815 ^a | .664 | .630 | .16311 |

a. predictors: (Constant), DIV.PROD
Sumber: Data diolah (2016)

Berdasarkan tabel 5 koefisien determinasi hasil output SPSS diperoleh angka R square sebesar 0,664 hal ini menunjukkan bahwa 66.4% variabel independen (diversifikasi produk) yang dapat menjelaskan variabel dependen (volume penjualan). Sedangkan sisanya sebesar 28,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hipotesis yang diajukan menyatakan bahwa Diversifikasi produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan produk. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil nilai t_{hitung} sebesar 4.443 dengan nilai signifikansi 0.01, dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa Diversifikasi Produk berpengaruh positif terhadap Volume penjualan. maka dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara diversifikasi produk dengan volume penjualan.

Hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, antara variabel independen (diversifikasi produk) dan variabel dependen (volume penjualan) dapat dijelaskan oleh koefisien determinasi. Hasil koefisien determinasi dari variabel diversifikasi produk yang dinotasikan dalam besarnya R square sebesar 0.664 hal ini menunjukkan bahwa 66.4% variabel independen (diversifikasi produk) yang dapat menjelaskan variabel dependen (volume penjualan). Sedangkan sisanya sebesar 28,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Dari hasil uji t yang dilakukan terbukti bahwa variabel diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan produk karena hasil signifikannya lebih kecil dari probabilitas signifikan 5% atau 0,05. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0.106% dengan tingkat signifikan 0,01 (lebih kecil dari 0,05).

KESIMPULAN

Berdasarkan pada analisis penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada penelitian yang berjudul “ pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada Batik Aulya Kediri, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : Diperoleh hasil nilai t_{hitung} sebesar 4.443 dimana t_{tabel} sebesar 2.22 dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara diversifikasi produk terhadap volume Penjualan pada Batik Aulya Kediri

Hasil analisis regresi linier sederhana yang dilakukan dalam penelitian ini, antara variabel independen (diversifikasi produk) dan variabel dependen (volume penjualan) dapat dijelaskan oleh koefisien determinasi. Hasil koefisien determinasi dari variabel diversifikasi produk yang dinotasikan dalam besarnya R^2 sebesar 0.664 hal ini menunjukkan bahwa 66.4% variabel independen (diversifikasi produk) yang dapat menjelaskan variabel dependen (volume penjualan). Sedangkan sisanya sebesar 33.6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan, saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil yang lebih baik bagi perusahaan supaya memperhatikan strategi *marketing mix*, khususnya masalah diversifikasi Produk yang dimiliki. Hal tersebut untuk menyiasati agar konsumen tidak terlalu jenuh dengan jenis produk yang sudah ada. Dari hasil analisis terlihat bahwa jumlah variasi produk berpengaruh pada tinggi rendahnya volume penjualan, sehingga Batik Aulya perlu melakukan diversifikasi produk. Sehubungan dengan pelaksanaan diversifikasi produk, hendaknya Batik Aulya selalu mengikuti perkembangan dan melakukan analisis pasar untuk mengetahui perubahan selera konsumen. Untuk mengoptimalkan kebijakan diversifikasi

produk, diperlukan dukungan kebijakan-kebijakan lain seperti pengencaran promosi dan pengembangan daerah pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Philip Kotler.2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta
- Arikunto, S., 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta.