

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DIVERSIFIKASI
PRODUK, KEUNGGULAN BERSAING DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN USAHA
KONVEKSI (STUDI KASUS DI DESA KWAGEAN
KECAMATAN WONOPRINGGO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NAELATUL SURUR
NIM. 2013116079

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DIVERSIFIKASI
PRODUK, KEUNGGULAN BERSAING DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN USAHA
KONVEKSI (STUDI KASUS DI DESA KWAGEAN
KECAMATAN WONOPRINGGO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NAELATUL SURUR
NIM. 2013116079

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naelatul Surur
NIM : 2013116079
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Diversifikasi Produk,
Keunggulan Bersaing dan Saluran Distribusi terhadap
Volume Penjualan Usaha Konveksi di Desa Kwagean
Kecamatan Wonopringgo.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 25 Agustus 2021
Yang Menyatakan,



NAELATUL SURUR
NIM. 2013116079

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Nasrullah, M.S.I

Jl. Hasyim Ashari Rt 04/02 Kemplong Wiradesa Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Naelatul Surur

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Naelatul Surur

NIM : 2013116079

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Usaha Konveksi di Desa Kwagean Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 24 Agustus 2021
Pembimbing



Muhammad Nasrullah, M.S.I
NIP. 198011282006041003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah 51161

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **Naelatul Surur**
NIM : **2013116079**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Keunggulan Bersaing dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Usaha Konveksi (Studi Kasus Di Desa Kwagean, Wonopringgo)**

Telah diujikan pada Selasa-Rabu, 5-6 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Gunawan Aji, M.Si

NIP. 19690227 200712 1 001

Penguji II

Aenurofik, M.A

NIP. 19820120 201101 1 001

Pekalongan, 19 Oktober 2021

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Khulafaur Rosyidin dan Ibu Khotijah yang selalu menemani dan mengiringi setiap langkahku, selalu memberikan dukungan, do'a, semangat, dan kasih sayang dalam perjalanan menggapai cita-cita, semoga selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan panjang umur.
2. Saudaraku, Kakak laki-laki A. Farid Maulana, Kakak perempuan Raudlotul Jannah dan Ma'rifah dan Adik laki-laki M.Muqoffa yang selalu ada untuk menemani dan turut memberikan saya dukungan serta mengingatkan saya akan tanggung jawab dari sebuah cita-cita.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang dengan tulus telah memberikan ilmu, bimbingan, pengalaman, dan dukungan.
4. Kepada Wali Dosen Bapak Dr. AM. M. Hafidz MS., M.Ag yang selalu memberikan motivasi dan masukkan.
5. Kepada Dosen Pembimbing Bapak Muhammad Nasrullah, S.E.,M.Si yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing saya hingga skripsi ini selesai.
6. A. Oky Setiawan yang menjadi tempatku berkeluh kesah dan selalu memberikan dukungan dan semangat.
7. Sahabat-sahabatku, Sukers (Nila, Nanda, Elok, Sukirno, Rifki dan Rizal), Teman SD (Fitri, Uyun, Nisa, Difa, Nila) serta Nofi dan Iha' terimakasih telah selalu ada diwaktu susah maupun senang.

8. Mukrimatun Nisa yang telah membantu dan membimbing saya mengerjakan skripsi.
9. Kepada keluarga besar EKOS C Angkatan 2016, terimakasih telah saling mendukung satu sama lain.
10. Teman-teman UKM-F Dycres 2018 dan 2019 yang telah menemani berproses menjadi manusia yang lebih baik lagi dan telah sama-sama belajar bagaimana menjadi manusia yang lebih peka terhadap fenomena sekitar dan berguna bagi lingkungan sekitar.
11. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 IAIN Pekalongan, semoga kita sukses selalu.

MOTTO

“ Intelligence is not the determinant of success, but hard work is the real determinant of your success.”

(Kecerdasan bukan penentu kesuksesan, tapi kerja keraslah yang merupakan penentu kesuksesanmu yang sebenarnya)

“Believe me, after your failure there is a sign of your succes.”

(Percayalah, setelah kegagalan ada sebuah pertanda kesuksesan)

“You have to step outside, get some fresh air, and remind your self and who you want to be”

(Kamu harus untuk melangkah keluar, hidup udara segar dan ingatlah siapa dirimu dan mau jadi apa)

ABSTRAK

NAELATUL SURUR. Pengaruh Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Keunggulan Bersaing dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Usaha Konveksi di Desa Kwagean Kecamatan Wonopringgo.

Desa Kwagean adalah desa yang biasa dikenal dengan “Kampung Konveksi”, karena mayoritas masyarakat di desa tersebut berprofesi sebagai pengusaha konveksi di rumah ataupun sebagai karyawan dalam konveksi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, diversifikasi produk, keunggulan bersaing, dan saluran distribusi terhadap volume penjualan usaha konveksi di Desa Kwagean Kecamatan Wonopringgo.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha konveksi di Desa Kwagean sejumlah 133 dengan sampel sejumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya: uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas).

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan taraf signifikansi 5% menunjukkan (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap volume penjualan konveksi di Desa Kwagean Wonopringgo dengan nilai $t_{hitung} 3,428 > t_{tabel} 1,98498$. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel diversifikasi produk terhadap volume penjualan konveksi di Desa Kwagean Wonopringgo dengan nilai $t_{hitung} 2,956 > t_{tabel} 1,98498$. (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel keunggulan bersaing terhadap volume penjualan konveksi di Desa Kwagean Wonopringgo dengan nilai $t_{hitung} 2,078 > t_{tabel} 1,98498$. (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan konveksi di Desa Kwagean Wonopringgo dengan nilai $t_{hitung} 2,113 > t_{tabel} 1,98498$. (5) variabel kualitas produk, diversifikasi produk, keunggulan bersaing dan saluran distribusi secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan usaha konveksi di Desa Kwagean Wonopringgo dengan nilai $f_{hitung} 34,784 > f_{tabel} 2,46$. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,577 yang menunjukkan bahwa variabel independen kualitas produk, diversifikasi produk, keunggulan bersaing dan saluran distribusi) secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (volume penjualan) sebesar 57,7% dan sisanya sebesar 42,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Keunggulan Bersaing, Saluran Distribusi, Volume Penjualan

ABSTRACT

NAELATUL SURUR. The Influence of Product Quality, Product Diversification, Competitive Advantage, an Distribution Channel on the Sales Volume of the Convection Business in Kwagean Village, Wonopringgo District.

Kwagean Village is a village commonly known as "Kampung Convection", because the majority of the people in the village work as convection entrepreneurs at home or as employees in the convection. This study aims to determine how much influence product quality, product diversification, competitive advantage, and distribution channels have on the sales volume of the convection business in Kwagean Village, Wonopringgo District.

This research is a quantitative research using multiple linear regression analysis method. The population in this study were 133 convection entrepreneurs in Kwagean Village with a sample of 100 respondents. The sampling technique used was simple random sampling and the data collection method used a questionnaire. The tests used in this study include: instrument test (validity and reliability), classical assumption test (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test).

Based on the results of multiple linear regression analysis with a significance level of 5%, it shows (1) there is a positive and significant effect of product quality variables on convection sales volume in Kwagean Wonopringgo Village with a t count value of 3,428 > t table 1,98498. (2) there is a positive and significant effect of product diversification on convection sales volume in Kwagean Wonopringgo Village with a t-count value of 2.956 > t-table 1.98498. (3) there is a positive and significant effect of the competitive advantage variable on the convection sales volume in Kwagean Wonopringgo Village with a t-count value of 2.078 > t-table 1.98498. (4) there is a positive and significant effect of distribution channel variables on the volume of convection sales in Kwagean Wonopringgo Village with a t count value of 2.113 > t table 1.98498. (5) the variables of product quality, product diversification, competitive advantage and distribution channels simultaneously or together have a positive and significant influence on the sales volume of the convection business in Kwagean Wonopringgo Village with a value of f count 34.784 > f table 2.46. The value of the coefficient of determination (Adjusted R²) is 0.577 which indicates that the independent variables of product quality, product diversification, competitive advantage and distribution channels simultaneously contribute to the dependent variable (sales volume) of 57.7% and the remaining 42.3% is influenced by by other variables outside of this study.

Keywords: Product Quality, Product Diversification, Competitive Advantage, Distribution Channels, Sales Volume

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum.Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Keunggulan Bersaing dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Usaha Konveksi (Studi Kasus di Desa Kwagean Kecamatan Wonopringgo)” dapat tersusun dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam selalu tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. AM. M. Hafidz MS., M.Ag selaku Dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dengan sabar, dan selalu memberikan motivasi bagi penulis.

5. Bapak Muhammad Nasrullah, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tuaku tercinta dan keluarga yang selalu mendukung, memotivasi, dan mendoakan selama ini.
8. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2016.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sehingga pembuatan skripsi yang akan datang dapat lebih baik. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum.Wr.Wb

Pekalongan, 25 Agustus 2021

Naelatul Surur
2013116093

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
NOTA PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kerangka Teori	10
1. Volume Penjualan	10
2. Kualitas Produk.....	12
3. Diversifikasi Produk	17
4. Keunggulan Bersaing.....	18

5. Saluran Distribusi	19
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berpikir	30
D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
B. Setting Penelitian	36
C. Variabel Penelitian	37
1. Variabel Independen	37
2. Variabel Dependen	37
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sampel	41
3. Teknik Pengambilan Sampel	41
E. Metode Pengumpulan Data	42
1. Kuesioner	42
2. Observasi	43
3. Dokumentasi	43
4. Studi Pustaka	43
F. Metode Analisis Data	44
1. Statistik Deskriptif	44
2. Uji Instrumen	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Reliabilitas	45
c. Uji Normalitas	46
3. Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Multikolinearitas	46
b. Uji Heteroskedastisitas	46
4. Analisis Regresi Linear Berganda	47
5. Uji Hipotesis	48

a. Uji t	48
b. Uji F	49
c. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Deskripsi Data	51
B. Analisis Data	55
1. Uji Instrumen	55
a. Uji Validitas	55
b. Uji Reliabilitas	58
2. Uji Asumsi Klasik.....	59
a. Uji Normalitas.....	59
b. Uji Multikolinearitas	61
c. Uji Heteroskedastisitas	63
3. Analisis Regresi Linear Berganda	65
4. Uji Hipotesis	68
a. Uji t	68
b. Uji F	70
c. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	71
C. Pembahasan Hasil Analisis Data	72
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fenom-fenom dalam bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a	أ = aa	أ = ā
إ = i	إي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

جميلة امرأة Ditulis *mar'atunjamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة Ditulis *Fātimah*

خاتمة Ditulis *Khatimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا Ditulis *Rabbanā*

البر Ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (Artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس Ditulis *asy-syamsu*

الرجل Ditulis *ar-rajulu*

السيدة Ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر Ditulis *al-qamar*

البيدع Ditulis *al-badī'*

الجلال Ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ' /.

Contoh:

أمرت Ditulis *Umirtu*

شيء Ditulis *syai'un*

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel, 37
Tabel 3.2	Skala Likert, 42
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 52
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia, 53
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, 54
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk, 55
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Diversifikasi Produk, 56
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing, 56
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Saluran Distribusi, 57
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Volume Penjualan, 57
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas, 58
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas, 59
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas, 62
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas, 64
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, 65
Tabel 4.14	Hasil Uji t atau Parsial, 68
Tabel 4.15	Hasil Uji F atau Simultan, 70
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²), 71

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Skema Saluran Distribusi, 22
- Gambar 2.2 Kerangka Berpikir, 31
- Gambar 4.1 Histogram Normalitas, 60
- Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot, 61
- Gambar 4.3 Grafik Scatter Plot, 63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2 Data Identitas Responden, VII
- Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner, XII
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian, XXI
- Lampiran 5 Tabel Distribusi r , XXXIII
- Lampiran 6 Tabel t , XXXVI
- Lampiran 7 Tabel F , XXXVIII
- Lampiran 8 Surat Penelitian, XLI
- Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian, XLII
- Lampiran 10 Dokumentasi, XLIII
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup, XLV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha-usaha industri di Indonesia pada umumnya sudah berkembang dan mampu menyeimbangkan antara produk-produk lokal maupun luar negeri, hal ini harus ada pembangunan pemerataan usaha-usaha kecil dalam hal ini, dilakukan dengan tujuan agar pembangunan lebih merata. Maka dari itu perlu adanya program-program yang perlu di tingkatkan untuk lebih pemeratakan hasil pembangunan, maka perlu ditingkatkan program-program untuk meningkatkan pendapatan, karena setiap usaha-usaha kecil selalu berusaha untuk dapat tetap hidup (Rika Sylvia, 2019).

Jumlah Usaha di Kabupaten Pekalongan (Sumber: Dinas Perindustrian Kabupaten Pekalongan Tahun 2015) sebesar 65% merupakan usaha perseorangan berupa UMKM. Jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Pekalongan yaitu 44.726 UMKM yang tersebar di 19 Kecamatan. Produk UMKM yang menjadi unggulan diantaranya adalah batik, jeans, sarung, busana muslim, bordir dan lainnya. Industri tekstil berupa pakaian jadi dan konveksi terdapat di beberapa kecamatan yaitu Bojong, Kesesi, Kedungwuni, Buaran, dan Wonopringgo. Usaha konveksi sendiri adalah salah satu jenis usaha yang banyak ditekuni oleh masyarakat di Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

Kabupaten Pekalongan adalah salah satu kabupaten yang ada di provinsi Jawa Tengah dimana masyarakatnya telah banyak mengembangkan industri khususnya konveksi. Beberapa sektor usaha diantaranya adalah pertambangan, pertanian, perdagangan, industri, dll. Dan yang menjadi unggulannya adalah baju anak, berbagai model jeans, batik, busana muslim, fashion wanita dan lainnya yang merupakan industri kerajinan turun temurun dari generasi ke generasi.

Salah satunya yang ada di Pekalongan, tepatnya di Desa Kwagean Kecamatan Wonopringgo. Desa Kwagean biasa dikenal dengan “Kampung Konveksi”, karena mayoritas masyarakat di desa tersebut berprofesi sebagai pengusaha konveksi di rumah ataupun sebagai karyawan dalam konveksi tersebut. Produk yang dihasilkan oleh konveksi di desa Kwagean berbagai macam jenis pakaian, diantaranya adalah baju dan celana jeans, jaket jeans, baju muslim dewasa dan anak.

Perusahaan dalam keberadaannya sebagai unit organisasi, pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan jalan menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keuntungan bisa diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal. Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus

berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan (Candra, 2002).

Tujuan penjualan adalah untuk mencapai volume penjualan yang ditargetkan agar perusahaan mendapatkan laba dan menunjang pertumbuhan perusahaan. Salah satu faktor yang dapat menentukan besarnya volume penjualan yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan faktor yang penting bagi produsen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan meningkatkan daya saing produk. Untuk menghadapi persaingan antar pengusaha konveksi ini, maka tuntutan kualitas produk konveksi yang bermutu juga menjadi keharusan yang diperkenalkan kepada konsumen. Apalagi kualitas produk konveksi yang baik adalah dengan menggunakan bahan yang bagus agar nyaman dipakai dan juga kualitas yang bagus dalam jahitannya agar produk tidak mudah sobek atau tahan lama.

Hani Handoko (2008:54) mengemukakan bahwa kualitas adalah faktor yang membuat sebuah produk memiliki nilai. Kualitas produk yang menjadi keunggulan bagi suatu usaha penting untuk meningkatkan volume penjualannya. Semakin produk dikenal oleh konsumen dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menjamin dan memperbaiki kualitas produk, maka hal itu akan menjadi ketertarikan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut. Dalam membeli suatu produk, salah satu hal penting dalam pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk yaitu kualitas produk.

Diversifikasi produk juga merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan besarnya volume penjualan. Diversifikasi produk adalah sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru dalam rangka mengejar pertumbuhan dan peningkatan volume penjualan, atau dapat dikatakan untuk bisa mempertahankan produk-produk yang akan di pasarkan kepada masyarakat, karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya akan tetapi perlu adanya pemasaran yang baik dari setiap usaha-usaha yang ingin meningkatkan volume penjualan (tarida, 2012).

Persaingan-persaingan usaha-usaha kecil, Seperti halnya yang ada di Desa Kwagean, masyarakat yang mempunyai usaha konveksi kebanyakan rumahnya berdekatan, bahkan produk yang dihasilkan juga ada yang sama. Dengan adanya persaingan, banyak sekali pengusaha konveksi memanfaatkan kondisi tersebut untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara harus bisa memasarkan produknya dengan baik. Maka dari itu di setiap pasar yang menjadikan patokan para konsumen untuk membeli produk-produk yang lebih murah ini bisa dijadikan patokan setiap perusahaan-perusahaan. Dengan demikian harus ada strategi dalam memasarkan produk dengan baik yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. (Muhammad Irfan Nasution, 2017)

Oleh karena itu untuk menarik minat para masyarakat sehingga untuk memutuskan membeli dan menggunakan produknya, dunia bisnis konveksi akan berlomba-lomba bersaing dengan beberapa perusahaan lain. Saat ini banyak perusahaan yang memproduksi dengan harga yang sangat bersaing, dari harga yang murah hingga harga yang relatif mahal. Sehingga harga juga menjadi sebuah pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yang akan digunakan..

Menurut (Djodjobo, 2014) Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang di desain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar, dalam hal ini setiap konveksi juga harus bekerjasama di samping persaingan untuk menjaga produk-produk yang akan di pasarkan kepada masyarakat.

Penelitian Muhammad Irfan Nasution, dkk pada tahun 2017 teknik pengambilan sampel pada penelitiannya yaitu menggunakan *simple random sampling*. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan (Muhammad Irfan Nasution, 2017). Dari hasil penelitian diatas, teknik yang digunakan sama dengan penelitian ini hanya saja variabel yang digunakan berbeda dan sama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan.

Berdasarkan masalah yang ada dan melihat penelitian-penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti *Pengaruh Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Keunggulan Bersaing dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Usaha Konveksi (Studi Kasus di Desa Kwagean, Wonopringgo)*.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo?
2. Apakah Diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo?
3. Apakah Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo?
4. Apakah Saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo?
5. Apakah Kualitas Produk, diversifikasi produk, keunggulan bersaing dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keunggulan bersaing terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, diversifikasi produk, keunggulan bersaing dan saluran distribusi terhadap volume penjualan dalam usaha konveksi di Desa Kwagean, Wonopringgo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan tentang meningkatkan volume penjualan dalam memasarkan produk-produk
 - b. Sebagai sumbangan pemikiran ilmiah yang dapat membantu dalam mengatasi pemasaran-pemasaran produk-produk yang ada di konveksi
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Mahasiswa

Dapat digunakan sebagai informasi tentang pentingnya menentukan pekerjaan dan memberikan informasi tentang bagaimana cara untuk menentukan volume penjualan.

b. Bagi Akademisi

Dapat digunakan sebagai informasi dan mencetak lulusan yang mampu menciptakan lapangan usaha baru yang berguna bagi diri sendiri, orang lain serta dapat mengurangi angka pengangguran.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini merupakan uraian singkat mengenai hal-hal yang akan ditulis secara sistematis bab demi bab. Materi yang akan dibahas disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN.**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA.**

Pada bab ini membahas landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

3. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN.**

Bab ini membahas jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

4. **BAB IV ANALISIS PENELITIAN.**

Dalam bab ini akan membahas data penelitian, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

5. BAB V PENUTUP.

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan konveksi di desa Kwagean dengan perbandingan $t_{hitung} (3,428) > t_{tabel} (1,98498)$, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Variabel diversifikasi produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan konveksi di desa Kwagean dengan perbandingan $t_{hitung} (2,956) > t_{tabel} (1,98498)$, dan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$.
3. Variabel keunggulan bersaing (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan konveksi di desa Kwagean dengan perbandingan $t_{hitung} (2,078) > t_{tabel} (1,98498)$, dan nilai signifikan sebesar $0,040 < 0,05$.
4. Variabel saluran distribusi (X4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan konveksi di desa Kwagean dengan perbandingan $t_{hitung} (2,078) > t_{tabel} (1,98498)$, dan nilai signifikan sebesar $0,037 < 0,05$.

5. Hasil pengujian f atau simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), diversifikasi produk (X2), keunggulan bersaing (X3), dan saluran distribusi (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan usaha konveksi di desa Kwagean Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan dengan dibuktikan dengan hasil f_{hitung} $34,784 > f_{tabel} 2,46$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan kualitas produk, diversifikasi produk, keunggulan bersaing, dan saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif sehingga variabel ini perlu diperhatikan dalam proses peningkatan volume penjualan.
2. Untuk penelitian selanjutnya terkait volume penjualan disarankan untuk mengkaji komponen lain seperti variabel yang dibahas dengan variabel yang berbeda seperti penetapan harga, desain produk dan lain sebagainya sehingga pengetahuan berkembang dan tentunya hal itu berguna untuk masa yang akan datang .

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, dkk. 2019 “ *Keunggulan Bersaing Seagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Purbalingga*”, Vol. 21 No.3.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. Cet 2.
- Asri, Marwan. 1991. *Marketing*. Yogyakarta : Edisi Pertama Penerbit UPP-AMP YKPN.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- C Wahyu , Niken “ *Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk dengan Kinerja Pemasaran Pada Usaha Batik Tegalan di Kabupaten Tegal*”, Purwokerto (2017).
- Dewi, Sensi Tribuana. “*Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan)*”, Tesis (2006)
- Djamaluddin Karim, Jantje L. Sepang, and Bode Lumanauw. 2014. “*Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group*”. *Jurnal EMBA 2*, no. 1 : 421–30.
- Kusnawan, Galih, and Purwohadi Wijoyo. “*Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Efektivitas Volume Penjualan Sayuran Hidroponik*.” *Agrise VIII*, no. 2 (2008): 98–103.
- Lubis, Arlina Nurbaity. “*Peranan Saluran Distribusi dalam pemasaran Produk dan jasa*.” FE Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara, e-USU Repository Universitas Sumatera Utara, (2014).
- Noor, Juliansyah. 2014. *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta : PT Grasindo.
- Mokalu, Frendy O., And Altje Tumbel. 2015. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan Cv. Minahasa Mantap Perkasa*.” *Jurnal Emba 3*, No. 1: 254–65.
- M.N Nasution. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

- Mursid, M. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nasution, Muhammad Irfan, Muhammad Andi Prayogi, and Satria Mirsya Nasution Affandy. 2017. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan." *Jurnal Riset Sains Manajemen*. Vol. 1, no. 1 :1–12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>.
- Narver, J. C., dan Slater , S. F. 1995. "Market Orientation and The Learning Organization ". *Journal of Marketing*, 63 – 74.
- Nugroho, Damas Wahyu" *Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Percetakan Buku CV. Bima Jaya di Surakarta* ", Surakarta (2015)
- Nurchahyo, Eko, and Agus Hermani. 2017."Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar Harian Suara Merdeka (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Kecamatan Semarang Selatan)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 6.1 346-356.
- Nuryadin, Muhammad Birusman. "Harga dalam Perpektif Islam". *Jurnal*
- Pradiani, Theresia. 2017. "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil." *Jibeka* 11, No. 2: 46–53.
- Prayitno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*.
- Pristyo, M. 2013. "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Eka Jaya di Surabaya". *E-Jurnal Kewirausahaan*, Vol.1, No. 1, 2013.
- Pujihastuti, Isti. 2010. "Prinsip penulisan kuesioner penelitian". *CEFARS. Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2.1. hlm. 43-56
- Purnomo, Eko. "Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Batik (Studi Pada Perusahaan Batik Di Kabupaten Sragen)", Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Rachman, Gun Gunawan, And Karlina Yuningsih. 2011. "Pengaruh Biaya Distribusi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung)." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 10, No. September : 151–75.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pusaka Utama.
- Ridho, Atok Khoirur. 2015. "Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada

Industri Kripik Singkong “KARUNIA” di Desa Macanan Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi”. Vol.3 No.1:4.

Rika Sylvia, Dkk. 2019. “*Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada UD Rahmani Sasirangan Kabupaten Banjar*”.*Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12.1.

Rochmah, Siti. 2014. “*Pengaruh Diferensiasi Produk dan Potongan Tunai Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Konfeksi di Kecamatan Semarang Barat*”. *Jurnal STIE Semarang* , Vol. 6, No. 2 : 77-100.

Sari, Desi Wita. “*Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Produk Semen PT. Semen Tonasa Di Pangkep.*” Universitas Hasanuddin, 2014.

Shofwan Khamidi, dkk. “*Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi “ FAIZA BORDIR” Bangil Pasuruan)*”, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, 2-3.

Shofwan Khamidi, Achmad Fauzi dan DH Imam Suyadi. 2017. “*Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Konveksi FAIZA BORDIR Bangil Pasuruan*”. *Jurnal Visionida* 3, no. 2 : 25–38.

Swastha, Basu DH dan Irawan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.

Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Supranto. J. 1995. *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*. Jakarta: Ghalia.

Tim. Reality. 2008. *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*. Jakarta : PT. Reality Publisher.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

Yusuf, Muri. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.