

ABSTRAK

Siti Rahmawati Nengsih(2021): Pengaruh Promosi dan Inovasi terhadap Volume Penjualan Makanan Tradisional Wajit

Industri rumahan wajit Basyari sudah berdiri bertahun-tahun. Akan tetapi produk yang dihasilkan oleh industri rumahan ini tidak dikenal oleh banyak masyarakat padahal salah satu tujuan dari pemasaran adalah memastikan agar produk atau jasa yang dibuat oleh perusahaan dikenal masyarakat sehingga perusahaan mendapatkan laba dari penjualannya.

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh promosi dan inovasi yang dilakukan oleh industri rumahan wajit di Desa Karangmulya, bagaimana volume penjualan wajit di Desa Karangmulya, bagaimana pengaruh promosi dan inovasi produk wajit Basyari terhadap volume penjualannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana promosi dan inovasi yang dilakukan oleh industri rumahan wajit di Desa Karangmulya, untuk mengetahui volume penjualan wajit di Desa Karangmulya, untuk mengetahui promosi dan inovasi produk wajit Basyari terhadap volume penjualannya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan analisis data kuantitatif. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian adalah seluruh karyawan industri rumahan wajit Basyari sebanyak 30 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh sehingga seluruh anggota populasi menjadi responden penelitian. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, kuesioner, dokumentasi.

Hasil uji validitas untuk semua pernyataan menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya bahwa semua pernyataan dinyatakan valid, dengan nilai r_{tabel} 0,361. Hasil uji reliabilitas untuk semua pernyataan dinyatakan reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha 0,850 > 0,60. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = 4,379 + 0,219 X_1 + 0,161 X_2$. Hasil uji f diketahui bahwa $F_{hitung} 25,41 > F_{tabel} 3,34$ yang dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil uji t_{X_1} menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,886 > t_{tabel} 2,052$ yang artinya bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan serta Hasil uji t_{X_2} menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,250 > t_{tabel} 2,052$ yang artinya bahwa Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Hasil analisis koefisien determinasi diketahui nilai R Square sebesar 0,627 (62,7%) yang artinya bahwa Promosi (X_1) dan Inovasi (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Volume Penjualan (Y) sebanyak 62,7%, sedangkan sisanya (37,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Promosi, Inovasi, Volume Penjualan

ABSTRACT

Siti Rahmawati Nengsih (2021): Influence of promotion and innovation on traditional wajit food sales volume

Wajit Basyari's cottage industry has been around for years. However, the products produced by this cottage industry are not known by many people even though one of the goals of marketing is to ensure that products or services made by the company are known to the public so that the company gets a profit from the company.

The question in this study is how the influence of promotion and innovation carried out by the wajit cottage industry in Karangmulya Village, How the volume of wajit sales in Karangmulya Village, how the influence of promotion and innovation of wajit Basyari products on its sales volume. This research aims to find out how the promotion and innovation carried out by the wajit cottage industry in Karangmulya Village, to find out the volume of wajit sales in Karangmulya Village, to find out the promotion and innovation of Basyari's wajit products to the sales volume.

This research uses descriptive research methods with quantitative data analysis approaches. Data sources are primary data and secondary data. The population in the study was all employees of wajit Basyari's cottage industry as many as 30 people. Sampling techniques use saturated sampling techniques so that all members of the population become respondents to the study. While data collection techniques use observation techniques, questionnaires, documentation.

The validity test results for all statement show $r_{hitung} > r_{tabel}$ means that all statements are declared valid, with an r_{tabel} value of 0.361. Reliability test results for all statements are declared reliable, as Croanbach's Alpha value of 0.850 > 0.60 . The regression equation obtained from this study is $Y = 4,379 + 0.219 X_1 + 0.161 X_2$. The results of f it is known that $F_{hitung} 25.41 > F_{tabel} 3.34$ which can be concluded that H_a was accepted and H_o was rejected. The results of the t X_1 test showed that $t_{hitung} 2,886 > r_{tabel} 2,052$ which means that the Promotion has a significant effect on sales volume and the results of the t X_2 test show that $t_{hitung} 2,250 > r_{tabel} 2,052$ which means that innovation has a significant effect on sales volume. The results of the determination coefficient analysis are known to be the value of R Square of 0.627 (62.7%) which means that Promotion (X_1) and Innovation (X_2) simultaneously affect sales volume (Y) by 62.7%. The rest (37.3%) it is influenced by other variables that are not studied.

Keywords: Promotion, Innovation, Sales Volume