



Analisis Pengaruh Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Produk Hortikultura Organik Di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa

Maria Aspina Gelu¹, Sarlina Noni², Yoseph Yakob Da Rato³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa

Abstract

Received: 2 Januari 2023
Revised: 8 Januari 2023
Accepted: 13 Januari 2023

Sales volume is the final result achieved by the company from the results of selling products produced by the company. Product selling price determination requires various considerations that are integrated through production costs, operational costs, desired profit targets, people's purchasing power, competitors' selling prices. The determination of the selling price of the product must be a policy that must be thoroughly considered and integrated. The research was conducted in agricultural practice gardens from August 15 – December 17, 2022. The purpose of the study: to find out: to determine the Effect of Product Selling Price Determination on the Sales Volume of Organic Horticultural Products in the Practice Garden of the Faculty of Food Technology, Agriculture and Fisheries, Nusa Nipa University. The analysis method used is a qualitative method, using questionnaires and statistical tests, namely: validity test, reability test, normality test and then this data is processed using parametic statistics of correlation and simple linear regression. Based on the results of statistical test calculations, an adjusted R Square regression value of 0.174 was obtained. This suggests that variable: pricing has a positive and significant effect on sales volume which can be explained by the R value of 17.4%. The R square value obtained is a small number, meaning that the effect of the Selling Price on Sales Volume is relatively weak

Keywords: *Selling Price, Sales Volume*

(* Corresponding Author: asasgelu01@gmail.com, sarlinanoni72@gmail.com

How to Cite: Gelu, M., Noni, S., & Rato, Y. (2023). Analisis Pengaruh Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Produk Hortikultura Organik Di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian Dan Perikanan Universitas Nusa Nipa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(3), 640-650. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7692357>

PENDAHULUAN

Harga jual merupakan besarnya harga yang dibebankan kepada konsumen. Harga pada suatu produk sangat mempengaruhi volume dalam penjualan. Produsen perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut. Penetapan harga jual yang tepat tidak berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin, karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam mengkosumsi sebuah produk yang ditawarkan. Salah satu usahatani yang mendorong pengembangan produk organik menjadi komoditas unggulan adalah usahatani yang dilakukan di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan (FTP3) Universitas Nusa Nipa, yang terletak di Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka, digunakan untuk budidaya tanaman pangan dan hortikultura. Kebun Praktek FTP3 merupakan fasilitas lahan yang digunakan mahasiswa untuk praktek penelitian,



selain itu kebun praktek juga dimanfaatkan sebagai kebun berbasis agribisnis pertanian yang mana semua produk tanaman organik dapat dibeli ataupun di pasarkan kepada masyarakat melalui pasar-pasar tradisional yang ada di Kota Maumere Kabupaten Sikka. Beberapa tanaman organik yang dibudidayakan yaitu diantaranya tanaman hortikultura terdiri dari buah-buahan dan sayur-sayuran seperti ; semangka, melon, tomat, bawang merah, jagung, lombok dan sawi.

Dalam [menentukan harga jual](#) juga harus bisa sesuai dengan nilai yang diberikan dan dapat diterima oleh kalangan konsumen. Sebab jika harga yang produsen berikan terlalu tinggi dari pada nilai yang diterima oleh konsumen, maka produsen kemungkinan akan kehilangan konsumen, sedangkan jika harga yang produsen tetapkan terlalu rendah dari pada nilai yang diterima, maka produsen kemungkinan tidak akan berhasil mendapatkan laba. Oleh karena itu, dalam hal penetapan harga jual terlebih dahulu harus diperhatikan besaran biaya per unit produk yang dihasilkan. Tanpa mengetahui harga per unit produk harga jual tidak mungkin dapat ditentukan Berbagai kaitan dengan penetapan harga jual terhadap peningkatan volume penjualan produk organik di atas, maka kita harus berhati-hati dalam penentuan harga jual dengan memperhitungkan unsur-unsur biaya yang telah dikeluarkan. Salah satu kebijakan produsen dalam mencapai keuntungan adalah dengan cara analisis pengaruh penetapan harga jual produk hortikultura organik.

METODOLOGI PENELITIAN

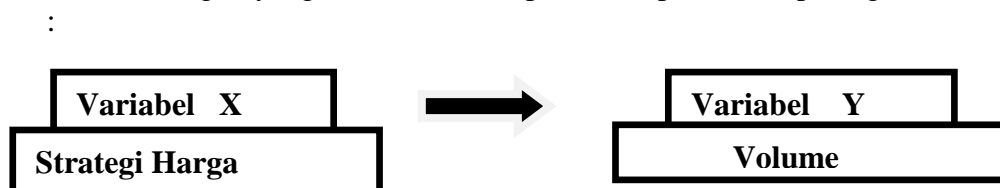
Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Kota Uneng Kecamatan Alok Kabupaten Sikka. Pemilihan lokasi di lakukan berdasarkan atas potensi lokasi penelitian yang akan diteliti dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Waktu Penelitian dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus sampai dengan 17 Desember 2022.

Rancangan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas dan karakteristik permasalahan, maka jenis rancangan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rancangan yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat pada gambar.3.1



Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah: Strategi Harga yaitu harga yang ditetapkan pada penjualan produk Organik di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

Definisi Operasional, Variabel dan Skala Pengukuran.

Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Nazir (2003) merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti, atau

menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperjelaskan konsep. Oleh karena itu diperlukan variabel yang akan mendukung konsep yang telah ada serta dapat membatasi secara jelas suatu penelitian

Variabel

Agar konsep dapat diukur, maka harus dijabarkan lebih lanjut menjadi variabel-variabel. Menurut Nazir (2003), variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Konsep dapat diturunkan sebagai variabel dengan jalan memusatkan pada aspek tertentu dari variabel itu sendiri. Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Variabel bebas (variabel *independent*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predicator, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) yaitu: **Strategi Harga(X)**

b. Variabel terikat (variabel *dependent*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) yaitu: Volume Penjualan (Y).

Skala Pengukuran

Setelah ditetapkan item-item dari variabel yang ada, maka langkah selanjutnya adalah mengadakan pengukuran atas variabel-variabel tersebut. Pengukuran variabel dapat dilakukan dengan memberikan nilai jawaban responden atas item-item pada definisi operasional. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuisioner. Pada penelitian ini skala likert menjadi pilihan dalam pemberian skor pada indeks. Menurut Sugiyono (2006) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut Hasan (2002), skala likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian dengan lima alternatif sebagai berikut:

- a. Pilihan jawaban A (sangat setuju) diberi skor 5
- b. Pilihan jawaban B (setuju) diberi skor 4
- c. Pilihan jawaban C (kurang setuju) diberi skor 3
- d. Pilihan jawaban D (tidak setuju) diberi skor 2
- e. Pilihan jawaban E (sangat tidak setuju) diberi skor 1

Pengumpulan Data.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

Sumber Data

Sumber data dalam suatu penelitian dapat diperoleh melalui dua sumber data yaitu:

a. Data primer

Merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di Kebun Praktek Fakultas Universitas Nusa Nipa Indonesia. Data primer didapat dengan cara menyebarkan kuesioner yang akan dirancang sesuai dengan variabel dan indikator serta item yang ditetapkan terlebih dahulu yang berkaitan dengan strategi harga terhadap volume penjualan produk tanaman organik.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan dokumen-dokumen yang telah ada pada tempat dilakukannya penelitian serta bisa juga yang berasal dari literatur ataupun internet.

Jenis Data

a. Data Kuantitatif

Data yang berupa angka-angka yang sifatnya dapat dihitung yang ada hubungannya dengan masalah penelitian, seperti strategi harga terhadap volume penjualan.

b. Data Kualitatif

Data tidak berupa angka-angka yang sifatnya tidak dapat dihitung, seperti sejarah singkat terlaksananya Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua cara yakni sebagai berikut:

a. Menyebarkan kuisioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur kepada responden untuk dijawab.

b. Mengambil dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil dokumen-dokumen dan data-data lain yang dapat menunjang penelitian.

Instrumen Penelitian

Demi mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan instrumen penelitian. Menurut Arikunto (2006), Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih yang digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pada penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur dan dibagikan kepada semua konsumen pengguna produk tanaman organik di kebun Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia.

b. Alat dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan menggunakan alat-alat seperti buku, pensil atau bolpoin yang difungsikan untuk mencatat langsung data yang diperlukan. Data yang diperlukan berasal dari dokumen, konsumen pengguna produk tanaman organik atau berasal dari peneliti.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan (Zuriah, 2009) Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh obyek itu. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen pengguna produk tanaman organik di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia yang berjumlah kurang lebih 500 orang.

Sampel

Pengertian sampel menurut Arikunto (2006) adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik accidental sampling, yaitu responden yang pernah membeli produk tanaman yang dihasilkan dari kebun Praktek Fakultas Universitas Nusa Nipa Indonesia. Oleh karena itu sampel dalam penelitian ini sebanyak 45 responden.

Adapun sampel yang menjadi target penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja produk tanaman yang dihasilkan dari Kebun Praktek Fakultas Universitas Nusa Nipa Indonesia.

Metode Analisa Data.

Metode analisa yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif. Alat yang digunakan untuk mengambil data di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia, penulis menggunakan kuisioner dan uji dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas. Dan kemudian data ini diolah dengan menggunakan statistik parametrik korelasi dan regresi linier sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data dan Interpretasi Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir- butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung satu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika r hitung $>$ r tabel maka valid. Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS disajikan pada tabel berikut ini: 0.294

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0.783**	0,294	Valid
Pertanyaan 2	0.736**	0,294	Valid
Pertanyaan 3	0.701**	0,294	Valid
Pertanyaan 4	0,773**	0,294	Valid
Pertanyaan 5	0.697**	0,294	Valid
Pertanyaan 6	0.772**	0,294	Valid
Pertanyaan 7	0.797**	0,294	Valid

Pertanyaan 8	0.838**	0,294	Valid
Pertanyaan 9	0.821**	0,294	Valid
Pertanyaan 10	0,788**	0,294	Valid
Pertanyaan 11	0,831**	0,294	Valid
Pertanyaan 12	0,791**	0,294	Valid
Pertanyaan 13	0.737**	0,294	Valid
Pertanyaan 14	0.753**	0,294	Valid

Pada tabel diatas, dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 45 maka nilai rtabel dapat diperoleh melalui tabel *r product moment pearson* dengan *df (degree of freedom) = n - 2*, jadi $df = 45 - 2 = 43$, maka $r_{tabel} = 0,294$. Butir pertanyaan dikatakan valid karena nilai rhitung $> r_{tabel}$

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Per Variabel

1. Harga Jual (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	7

2. Volume Penjualan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	7

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Cronbach Alpha pada variabel Harga Jual (X) $0,867 > 0,60$ dan Cronbach Alpha Volume Penjualan (Y) $0,899 > 0,60$. Maka variabel Harga Jual dan Volume Penjualan dapat dikatakan reliabel

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	14

Pada tabel diatas Cronbach Alpha adalah $0,893 > 0,60$. Maka konstruk pertanyaan

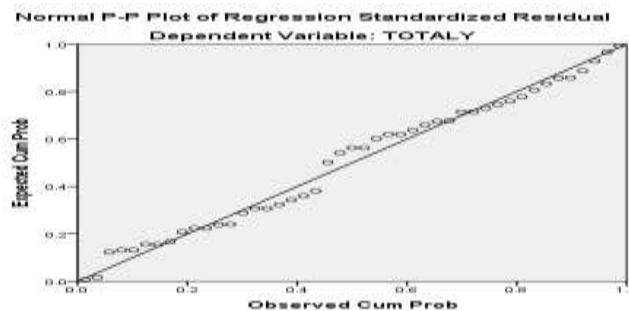
yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas dilakukan dengan grafik *normal P-P plot of regression*.

Gambar 1. Grafik Hasil Uji Normalitas



Bila residual berasal dari distribusi normal maka nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus. Pada gambar di atas terlihat bahwa sebaran data chart tersebar pada sekeliling garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga normalitas terpenuhi.

1. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil Deviation from Linearity, jika sig yang didapatkan > 0,05 maka kedua variabel memiliki hubungan yang linear

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

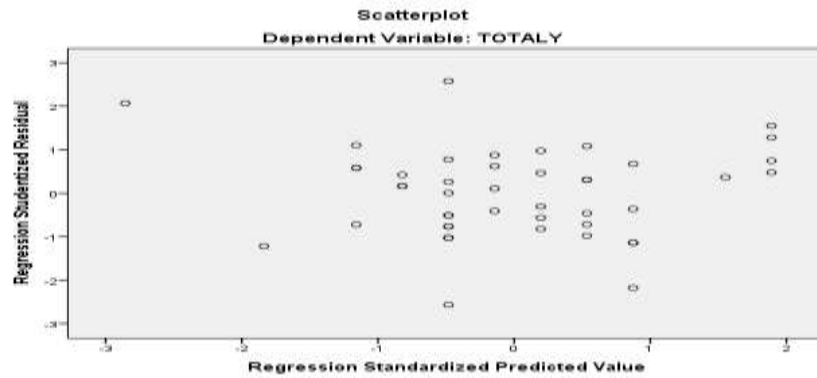
ANOVA Table				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL Y * TOTALX	Between Groups	(Combined)	Linearity	359.26	3	5.926	.723	.014
		Linearity	140.48	1	40.487	0.647	.003	
		Deviation from Linearity	218.77	2	4.308	.842	.096	
	Within Groups			448.64	8	3.196		
	Total			807.91	14			

Dari tabel diatas diperoleh nilai Deviation from Linearity 0, .096. Itu berarti > 0,05 yang artinya hubungan antara variabel Harga Jual (X) dan Volume Penjualan (Y) memiliki hubungan yang linear.

Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk menguji heterokedastisitas ada 2 cara yaitu melalui Pola titik *Scatterplot*

Gambar 2. Grafik *Scatterplot*



Dari grafik *scatterplot* diatas dapat di analisis sebagai berikut :

- a. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0
- b. Titik-titik data mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- c. Penyebaran titik-titik data tidak berpola

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	8.024	5.952		.348	.185		
TO TALX	.606	.201	.417	.009	.004	1.000	1.000

a. Dependent Variable: TOTALLY

Dari tabel diatas diperoleh nilai VIF yaitu 1, yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Karena pada ketentuan yang ada, jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas

Hasil Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain. Regresi linear merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen (volume Penjualan) dan satu variabel independen (Harga Jual).

Model persamaan regresi linear sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear
Coefficients^a
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.024	5.952		1.348	.185
TOTALX	.606	.201	.417	3.009	.004

a. Dependent Variable: TOTALLY

Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,004 < 0,05$ itu artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Jual (X) berpengaruh terhadap Volume Penjualan (Y). Persamaan regresi yang didapat $Y = 8.024 + 0,606 X + e$

Konstanta sebesar 8.024 berarti apabila tidak ada Harga Jual maka Volume Penjualan didapati nilai sebesar 8.024. Koefisien regresi sebesar 0,606 berarti bahwa harga jual naik 1 angka maka volume penjualan akan meningkat sebesar 0,606

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.417	.174	.155	3.940

a. Predictors: (Constant), TOTALX

b. Dependent Variable: TOTALLY

Dari tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0.174. Besarnya angka R square 0.174 sama dengan 17 %. Angka tersebut mengandung arti bahwa Harga Jual berpengaruh terhadap Volume Penjualan sebesar 17 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Nilai R square yang diperoleh termasuk angka yang kecil, itu artinya pengaruh Harga Jual terhadap Volume Penjualan tergolong lemah.

Adapun klasifikasi Koefisien Korelasi menurut Jonathan Sarwono (2009) adalah :

- $r = 0$: Tidak ada korelasi antara 2 variabel
- $0 < r < 0,25$: Korelasi antara 2 variabel sangat lemah
- $0,25 < r < 0,50$: Korelasi antara 2 variabel cukup
- $0,50 < r < 0,75$: Korelasi antara 2 variabel kuat
- $0,75 < r < 0,99$: Korelasi antara 2 variabel sangat Kuat

- $r = 1$: Korelasi antara 2 variabel kuat sempurna

4.2.4.2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya

Tabel 7. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	8.024	5.952		.185
TOTALX	.606	.201	.417	.004

a. Dependent Variable: TOTALLY

Dilihat pada tabel diatas diketahui nilai thitung sebesar $3.009 > ttabel 1,661$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga Jual (X) berpengaruh terhadap variabel Volume Produksi (Y).

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 45-1-1) \\
 &= (0,025 ; 43) \text{ lihat pada tabel distribusi nilai } \\
 &\text{ttabel} \\
 &= 1,661
 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen (Harga Jual) terhadap variabel dependen (Volume Produksi), maka dilakukan pengolahan data dengan program SPSS. Hasil pengolahan data sudah melalui uji vailiditas dan reliabilitas, hasil dari pengujian menunjukkan data telah valid dan reliabel, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis.

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan bahwa pengaruh Harga Jual terhadap Volume Produksi signifikan, hal itu dapat dilihat dari nilai sig sebesar 0,004 nilai tersebut kurang dari 0,05. hal tersebut juga didukung dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Nilai t hitung yang didapat sebesar 3.009 lebih besar dari t tabel 1,661. Dengan demikian hipotesis H0 ditolak dan H1 diterima, yang artinya

Harga Jual dapat mempengaruhi Volume Produksi produk hortikultura organik di kebun praktek FTP3 Universitas Nusa Nipa. Uji t menghasilkan t hitung sebesar 3,009 dengan signifikansi sebesar 0,04 lebih kecil dari 0,05 yang artinya Harga Jual mempengaruhi Volume Produksi. Hasil koefisien determinasi (R) variabel penelitian pada R square. adalah sebesar 0.174 atau 17,4%, yang artinya Harga Jual dapat dijelaskan oleh variabel Volume Produksi sebesar 17,4% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Akan tetapi Harga Jual dalam mempengaruhi Volume Produksi tergolong lemah, karena nilai yang dihasilkan

hanya 17,4%.. Semua itu bisa disebabkan oleh faktor-faktor lain, misalnya seperti iklim, tenaga kerja, bibit, lahan dll. Nilai beta untuk variabel harga jual sebesar 0,606 atau 0,606%. Itu artinya saat harga jual naik 1 angka maka volume produksi meningkat sebesar 0,606%. Harga jual tidak elastis untuk mendorong munculnya volume produksi dalam hal peningkatan produksi hortikultura di kebun praktek FTP3 UNIPA, karena peningkatannya kurang dari 1%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji maka diperoleh hasil penelitian bahwa besarnya nilai adjusted R Square dalam model regresi produk Hortikultura di Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan Universitas Nusa Nipa diperoleh sebesar 0.174. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independen yaitu penetapan harga berpengaruh terhadap volume penjualan yang dapat diterangkan oleh persamaan ini sebesar 17,4%. Sedangkan sisanya sebesar 83.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Nilai R square yang diperoleh termasuk angka yang kecil, itu artinya pengaruh Harga Jual terhadap Volume Penjualan tergolong lemah

DAFTAR PUSTAKA

- Alma., Buchari. (2002). *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, edisi ke 5. Bandung : Alfabeta
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Sebuah Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta: Jakarta
- Amstrong, Gary dan Philip, Kotler, 2001, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Prenhalindo, Jakarta.
- Hasan, M Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Statistika 1 (Statistik Deskriptif)*. Edisi Kedua. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sutanto, R. 2002. *Penerapan Pertanian Organik*. Kanisius. Yogyakarta.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Erlangga. Jakarta.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Zuriah Nuzul, 2009, *Metodologi Penelitian Sosial Pendidikan Teori-Aplikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.