

PENGARUH HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI PADA PANGKALAN ELPIJI MIFTAH DI DESA BANDUNG KECAMATAN DIWEK KABUPATEN JOMBANG

Indah Sulistyorini

SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN PERSATUAN
GURU REPUBLIK INDONESIA
JOMBANG
2017

ABSTRAK

Sulistyorini, Indah. 2016. *Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Gas Elpiji Pada Pangkalan Elpiji Miftah Di Desa Bandung Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang*. Pendidikan Ekonomi. Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Persatuan Guru Republik Indonesia. Pembimbing Dwi Wahyuni, MM.

Kata Kunci: Harga dan Volume Penjualan Gas Elpiji

Dewasa ini setiap orang dituntut bukan hanya untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang siap bekerja, melainkan harus mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru.. Pangkalan Gas Elpiji Miftah merupakan badan usaha yang bergerak pada bidang agen elpiji. Namun seiring berjalannya waktu Pemilik ingin lebih meningkatkan volume penjualan. Dalam hal ini pemilik menggunakan strategi harga kepada konsumen/pelanggan. Untuk itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan mengambil topik bahasan “Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Gas Elpiji pada Pangkalan Gas Elpiji Mifta di Desa Bandung Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.”

Penelitian ini merupakan penelitian time series dengan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan gas elpiji. Uji statistik yang digunakan adalah *Regresi Linier Sederhana*.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, konstanta sebesar -253,993 artinya jika harga (X) nilainya adalah nol (0) maka volume penjualan (Y) nilainya negatif yaitu -253,993. Koefisien regresi linier variabel harga (X) sebesar 0,245 artinya jika harga mengalami kenaikan Rp 1,- maka volume penjualan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp 0,245. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan volume penjualan, semakin nak

harga maka semakin meningkat volume penjualan. Pada uji hipotesis, T-hitung > T-tabel ($5,806 > 2,228$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara harga dengan volume penjualan.

Diharapkan seorang pengusaha diharapkan dapat menerapkan strategi harga dengan tepat agar mampu meningkatkan volume penjualan dalam usahanya. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel independen yang lain atau menambah frekuensi sampel agar dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.

A.PENDAHULUAN

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran meliputi Produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*) (Daryanto,2011:22). Dengan adanya bauran pemasaran, diharapkan mampu untuk mencapai target yang diinginkan. Salah satu hal yang penting dalam bauran pemasaran adalah harga. Pertukaran barang dan jasa akan terjadi jika penjual dan pembeli menyepakati harga. Keputusan harga akan menentukan volume penjualan yang akan berpengaruh pada keberhasilan atau kegagalan bagi perusahaan.

Pangkalan Gas Elpiji Miftahh merupakan badan usaha yang bergerak pada bidang agen elpiji. Usaha ini didirikan pada awal tahun 2011. Alasan usaha tersebut bukanlah tanpa pertimbangan. Bermula dari desakan ekonomi yang semakin menghimpit, membuat pemilik usaha harus berfikir keras untuk menciptakan sebuah usaha. Usaha tersebut adalah menjadi agen gas elpiji. Menurut pemilik usaha tersebut, merasa bahwa setiap orang atau masyarakat pasti membutuhkan gas elpiji baik dari golongan menengah atas maupun golongan bawah. Produk gas elpiji pun tidak seperti makanan yang jika disimpan dalam jangka waktu yang lama, akan basi sehingga tidak laku dipasaran. Sehingga gas elpiji dirasa produk yang paling tepat untuk dibuat usaha.

B.LANDASAN TEORI

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan upaya untuk mempromosikan, menginformasikan dan menawarkan kepada konsumen mengenai sebuah produk usaha atau layanan jasa yang dikelola oleh sebuah perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan angka penjualan produk atau layanan jasa tersebut. Tanpa adanya sebuah proses pemasaran, maka pasar tidak akan tahu terhadap produk atau layanan bisnis yang kita buat.

Bauran Pemasaran

Terdiri dari empat komponen, yaitu produk, harga, tempat, promosi. Dalam bauran pemasaran, manajer harus membuat kerangka strategi khusus dalam hubungannya dengan elemen – elemen bauran pemasaran seperti produk baru, penjualan lapangan, iklan, promosi penjualan, harga dan distribusi.

Strategi Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Penetapan Harga (*Price*) merupakan salah satu elemen yang terdapat dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang berkenaan langsung dengan kebijakan strategis dan taktis mengenai tingkat harga, struktur diskon, dan syarat pembayaran. Menentukan kebijakan harga memang penting dilakukan, karena selain akan berpengaruh secara langsung terhadap pendapatan perusahaan, juga akan berpengaruh terhadap daya saing atas kompetitor.

Penjualan

Penjualan adalah kegiatan pemasaran yang paling pokok karena penjualan dapat mempengaruhi naik turunnya pendapatan perusahaan, sedangkan mati hidupnya perusahaan sangat bergantung pada pencapaian target penjualan yang diharapkan dapat menambah masukan pendapatan perusahaan (Daryanto, 2011:86). Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri.

Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan

Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri.

Hipotesis

Ada pengaruh harga terhadap volume penjualan gas elpiji pada Pangkalan Elpiji Mifta di Desa Bandung Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang secara signifikan.

C. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan uji regresi linier sederhana yang tujuannya untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah data penjualan Pangkalan Gas Elpiji Mifta selama 6 tahun, dari tahun 2011 sampai tahun 2016. Sampel Data penjualan selama 3 tahun terakhir dihitung dari bulan Januari 2014 sampai dengan bulan Desember 2016. Alasan peneliti mengambil sampel demikian adalah karena adanya rencana pemerintah tentang subsidi elpiji yang menyatakan bahwa subsidi elpiji 3 kg akan dicabut dan dialihkan ke elpiji 5 kg.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014:38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu variabel bebas dan variabel terikat..

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Munawaroh,2012:68). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah harga.

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Munawaroh,2012:68). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah volume penjualan.

Metode Pengumpulan Data

Dokumentasi

Model dokumentasi yaitu model yang digunakan untuk mencari data mengenai hal – hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto,2010:274). Dokumentasi dalam penelitian ini yang digunakan sebagai data adalah data penjualan pangkalan Elpiji Mifta yang terletak di Desa Bandung Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.

Time Series (Data Berkala)

Time Series (Data Berkala) adalah data yang menggambarkan sesuatu dari waktu ke waktu atau periode secara historis. Contoh data *time series* adalah data perkembangan nilai tukar dollar amerika terhadap euro eropa dari tahun 2004

sampai 2006, jumlah pengikut jamaah Nurdin M.Top dan Doktor Azahari dari bulan ke bulan dan lain-lain. (Rizki,2013:Rizkiamaliafebriani.wordpress.com). Data berkala dalam penelitian ini adalah penjualan dari pangkalan Elpiji Miftah selama 3 tahun terhitung dari bulan Januari 2014 samapai bulan Desember 2016.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengolah data penjualan dari pangkalan Elpiji Miftah selama 3 tahun terhitung dari bulan Januari 2014 samapai bulan Desember 2016.

Teknik Analisis Data

Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis kolerasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linierity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linierity*) kurang dari 0,05 (Priyanto,2009:36).

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka model yang digunakan adalah uji *one sample kolomogorov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 5% atau 0,05 (Priyanto,2009:28).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW).

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut : (Alhusin, 2003)

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})}{\sum e_x^2}$$

Keterangan :

d = nilai Durbin-Watson

e = residual (Priyanto,2009:48).

Uji regresi linier sederhana

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

b = koefisien regresi

Sb = standart error (Priyanto,2009:70).

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan di Pangkalan Gas Elpiji Mifta di Desa Bandung Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Penelitian ini dilakukan dengan mengolah data penjualan pangkalan gas elpiji Mifta selama 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 2014 sampai tahun 2016 yang mana telah diuraikan pada tabel berikut ini. Dalam hal ini harga sebagai variabel bebas (X) dan volume penjualan sebagai variabel terikat (Y).

Tabel 4.1 Hasil Penjualan Pangkalan Gas Elpiji Mifta dari tahun 2014-2016

NO	BULAN	TAHUN	Vol. Pemesanan	Harga (X)	Vol. Penjualan (Y)
1	Januari	2014	3200	Rp 13.900,00	3200
2	Pebruari	2014	3000	Rp 13.900,00	3000
3	Maret	2014	3200	Rp 13.900,00	3200
4	April	2014	3300	Rp 13.900,00	3300
5	Mei	2014	3100	Rp 13.900,00	3100
6	Juni	2014	3500	Rp 13.900,00	3500
7	Juli	2014	3300	Rp 13.900,00	3300
8	Agustus	2014	3000	Rp 13.900,00	3000
9	September	2014	3100	Rp 13.900,00	3100
10	Oktober	2014	3400	Rp 13.900,00	3400
11	Nopember	2014	3000	Rp 13.900,00	3000
12	Desember	2014	3000	Rp 13.900,00	3000
13	Januari	2015	3300	Rp 14.700,00	3300
14	Pebruari	2015	3400	Rp 14.700,00	3400
15	Maret	2015	3300	Rp 14.700,00	3300
16	April	2015	3200	Rp 14.700,00	3200

17	Mei	2015	3100	Rp 14.700,00	3100
18	Juni	2015	3200	Rp 14.700,00	3200
19	Juli	2015	3400	Rp 14.700,00	3400
20	Agustus	2015	3600	Rp 14.700,00	3600
21	September	2015	3400	Rp 14.700,00	3400
22	Oktober	2015	3200	Rp 14.700,00	3200
23	Nopember	2015	3100	Rp 14.700,00	3100
24	Desember	2015	3300	Rp 14.700,00	3300
25	Januari	2016	3700	Rp 14.700,00	3700
26	Pebruari	2016	3800	Rp 15.500,00	3800
27	Maret	2016	3700	Rp 15.500,00	3700
28	April	2016	3600	Rp 15.500,00	3600
29	Mei	2016	3400	Rp 15.500,00	3400
30	Juni	2016	3200	Rp 15.500,00	3200
31	Juli	2016	3800	Rp 15.500,00	3800
32	Agustus	2016	3500	Rp 15.500,00	3500
33	September	2016	3500	Rp 15.500,00	3500
34	Oktober	2016	3500	Rp 15.500,00	3500
35	Nopember	2016	3500	Rp 15.500,00	3500
36	Desember	2016	3600	Rp 15.500,00	3600

Analisis Data

Uji Linieritas

Tabel 4.2 Hasil uji linieritas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x	Between Groups (Combined)	970555,556	2	485277,778	18,232	,000
	Linearity	920416,667	1	920416,667	34,581	,000
	Deviation from Linearity	50138,889	1	50138,889	1,884	,179
	Within Groups	878333,333	33	26616,162		
	Total	1848888,889	35			

Berdasarkan hasil tersebut, kita lihat pada Linearity yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000. Karena signifikansi pada kedua variabel tersebut kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel harga dan volume penjualan terdapat hubungan yang linier.

Uji Normalitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality							
x		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
y	13900	,180	12	,200*	,894	12	,134
	14700	,154	12	,200*	,929	12	,370
	15500	,183	12	,200*	,934	12	,428

a. Lilliefors Significance Correction

*. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil tersebut, kita lihat pada kolom *kolmogorov-smirnov* yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk harga pada tahun 2014 yaitu Rp 13.900,-, harga pada tahun 2015 yaitu Rp 14.700,- dan harga pada tahun 2016 yaitu Rp 15.500,- sebesar 0,200. Karena signifikansi untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Sedangkan df menunjukkan jumlah data.

Uji Autokorelasi

Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,706 ^a	,498	,483	165,251	1,683

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Dari hasil output tersebut didapat nilai Durbin-Watson yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,683. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) adalah 12 dengan jumlah variabel independen sebanyak 1 diperoleh nilai dL sebesar 0,971 dan dU sebesar 1,331. Karena nilai DW sebesar 1,683 berada pada daerah setelah dU, maka menghasilkan kesimpulan bahwa data tersebut tidak ada autokorelasi.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-253,993	620,433		-,409	,685
	X	,245	,042	,706	5,806	,000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana tersebut, konstanta sebesar -253,993 artinya jika harga (X) nilainya adalah nol (0) maka volume penjualan (Y) nilainya negatif yaitu -253,993. Koefisien regresi linier variabel harga (X) sebesar 0,245 artinya jika harga mengalami kenaikan Rp 1,- maka volume penjualan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp 0,245.

Oleh karena nilai T-hitung > T-tabel ($5,806 > 2,228$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara harga dengan volume penjualan. Jadi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap volume penjualan pada gas elpiji pangkalan Mifta.

Interpretasi Data

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa volume penjualan gas elpiji di pangkalan Mifta dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan oleh penjual. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil analisis data statistik uji regresi linier sederhana melalui SPSS 16.0 *for windows* dengan hasil perhitungan konstanta koefisien regresi antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) menunjukkan angka 0,245 yang berarti terjadi hubungan positif antara harga dengan volume penjualan. Berdasarkan uji regresi linier sederhana uji-t juga sudah membuktikan bahwa hasil T-hitung menunjukkan 5,806 sedangkan T-tabel 2,228. Itu artinya T-hitung lebih besar daripada T-tabel atau sebaliknya T-tabel lebih kecil daripada T-hitung. Dalam hal ini hipotesis awal (H_0) ditolak sedangkan H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap volume penjualan. Selain itu nilai signifikansi yang dihasilkan pada uji-t adalah 0,00. Hasil tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05. Sehingga bisa disimpulkan kembali bahwa memang ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap volume penjualan.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana konstanta koefisien regresi antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) menunjukkan angka 0,245 yang berarti terjadi hubungan positif antara harga dengan volume penjualan. Berdasarkan analisis uji-t bahwa hasil T-hitung menunjukkan 5,806 sedangkan T-tabel 2,228. Itu artinya T-hitung lebih besar daripada T-tabel atau sebaliknya T-tabel lebih kecil daripada T-hitung. Selain itu nilai signifikansi yang dihasilkan pada uji-t adalah 0,00. Hasil tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05. Sehingga bisa disimpulkan bahwa memang ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap volume penjualan.

Saran

Setelah melihat hasil penelitian, seorang pengusaha diharapkan dapat menerapkan strategi harga dengan tepat agar mampu meningkatkan volume penjualan dalam usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi.2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:PT Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan,Dr.2011. *Manajemen Pemasaran*.Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Daryanto.2013.*Manajemen Pemasaran*. Bandung:PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Faradina (2010). "Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Tiket PT. Maniela Tours dan Travels di Makasar". <http://nzaszasn.blogspot.co.id/2015/01/proposal-penelitian-tentang-pengaruh.html> diakses pada hari Sabtu 24 Desember 2016 pukul 10.00
- Febriani,Rizki amalia.2013.*Pengertian, Cara Pengumpulan dan Jenis Jenis Data dan Sampel*.rizkiamaliafebriani.wordpress.com diakses pada hari Minggu tanggal 25 Juni 2017 Pukul 20.15 WIB
- Katili (2014) . "Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo". <http://kim.ung.ac.id/index.php/KIMFEB/article/view/12520> diakses pada hari Rabu 7 Desember 2016 pukul 11.30
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta:Erlangga.

Koltler, Philip dan Keller Kevin.2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta:Erlangga.

Munawaroh,Dr.2012. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*.Malang:Intimedia

Nitisemito.1986. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.Jakarta:Ghalia Indonesia.

Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Jakarta: PT Buku Kita.

Serdyatik (2006). “ Analisis Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan dan Profitabilitas Perusahaan PT AQUA Golden Mississippi, Tbk”.
<https://www.researchgate.net/publication/50602143> diakses pada hari Sabtu 21 Januari 2017 pukul 12.30

Sugiyono.Dr.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.