

# **Pengaruh Biaya Periklanan dan Upah Tenaga Kerja terhadap Hasil Penjualan Perumahan Mojoduwur Residence Desa Mojoduwur**

Titismega Lestari

Email: [Titismega27@gmail.com](mailto:Titismega27@gmail.com)

(Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang)

## **Abstrak**

Untuk meningkatkan pendapatan perusahaan perlu adanya promosi dan tenaga kerja untuk memperkenalkan produk. Promosi merupakan salah satu alat paling umum untuk menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dengan konsumen sasarannya. Selain promosi, periklanan juga dianggap lebih efektif untuk mempopulerkan produk atau layanan. Cara lain yang juga dianggap lebih efektif adalah menggunakan strategi sumber daya manusia seperti tenaga kerja guna memperoleh laba dalam hasil penjualan produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh biaya periklanan dan upah tenaga kerja terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu berupa data sekunder yang bersumber dari kantor pemasaran Perumahan Mojoduwur Residence. Hasil penelitian menunjukkan (1) ada pengaruh positif biaya periklanan terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan upah tenaga kerja terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence. (3) secara simultan biaya periklanan dan upah tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence periode tahun 2016-2018. Besarnya pengaruh biaya periklanan dan upah tenaga kerja dapat mempengaruhi variabel dependent yaitu hasil penjualan sebesar 51.4% dan masih terdapat 48.6% (100-51.4) variabel lain yang mempengaruhi hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence tidak digunakan dalam penelitian ini. Adapun saran dari penelitian ini meliputi (1) PT. Tri Sanding Jaya hendaknya meningkatkan promosi melalui sponsor *event* acara publik sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence. (2) PT. Tri Sanding Jaya hendaknya meningkatkan bonus upah tenaga kerja sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence.

**Kata kunci:** Biaya periklanan, Upah tenaga kerja, Hasil penjualan.

## Abstract

To increase company income, it is necessary to have promotion and workforce to introduce products. Promotion is one of the most common tools for creating two-way communication between companies and their target customers. Apart from promotion, advertising is also a more effective style to popularize a product or service. Another way, which is also a more effective style, is to use human resource strategies such as labor in order to make a profit in product sales. The purpose of this study is to explain the effect of advertising and labor wages on the sales of Mojoduwur Residence housing. The research method uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The data used for this research is in the form of secondary data sourced from the marketing office of Mojoduwur Residence Housing. The results showed (1) there was a positive effect of advertising on the sales results of Mojoduwur Residence Housing. (2) there is a positive and significant effect of labor wages on the sales results of Mojoduwur Residence Housing. (3) advertising costs and labor wages have a significant effect on the sales results of Mojoduwur Residence Housing for the period 2016-2018. The influence of advertising costs and labor wages can affect the dependent variable, namely sales results by 51.4% and there are still 48.6% (100-51.4) other variables that affect the sales results of Mojoduwur Residence Housing which are not used in this study. The suggestions for this research include (1) PT. Tri Sanding Jaya easily increases promotion through public event sponsorship so that it can increase sales results for Mojoduwur Residence Housing. (2) PT. Tri Sanding Jaya workers who increase wage bonuses so that they can increase the sales results of Mojoduwur Residence Housing.

**Keywords:** Advertising costs, Labor salaries, Sales results.

## Pendahuluan

Dalam era persaingan global sekarang ini perkembangan IPTEK sangat pesat. Dampak kemajuan IPTEK sendiri sangat berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi dunia. Kemajuan di bidang ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen akan membantu perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Hal ini

menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin tajam sehingga menyebabkan masalah bagi perusahaan. Agar produk yang dihasilkan perusahaan dapat terjual di calon konsumen maka perusahaan harus mampu menyusun strategi pemasarannya untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Sejalan dengan ini maka akan timbul persaingan yang kompetitif bagi setiap pengusaha untuk meningkatkan

kinerja perusahaan dalam usaha memaksimalkan laba dengan meningkatkan hasil penjualan yang didukung oleh kegiatan pemasaran (Rames, 2015:1).

Untuk mendukung proses ini pelaku bisnis dituntut untuk mengelola manajemen perusahaan dan mempersiapkan secara matang strategi dalam mensiasati pasar dan salah satunya adalah promosi berupa iklan dan tenaga kerja atau biasa disebut sales guna memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada calon konsumen. Pada dasarnya promosi merupakan salah satu alat paling umum untuk menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dengan konsumen sasarannya. Selain promosi, periklanan juga dianggap lebih efektif untuk mempopulerkan produk atau layanan. Karena itulah perusahaan baik yang skala kecil maupun menengah semakin rajin mengeluarkan biaya iklan baik melalui koran, majalah, atau televisi. Cara lain yang juga dianggap lebih efektif adalah menggunakan strategi sumber daya manusia seperti tenaga kerja guna memperoleh laba dalam hasil penjualan produk tersebut. Melalui tenaga kerja marketing, perusahaan akan mengerti secara

langsung karakteristik dan keinginan calon konsumennya.

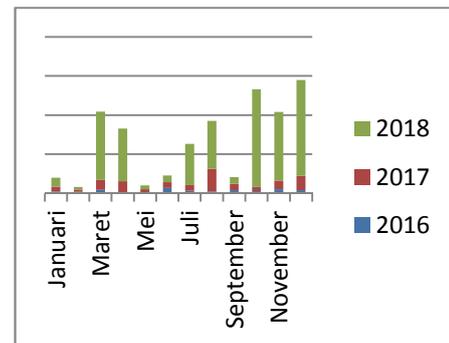
Di sisi lain perusahaan harus mampu mengeluarkan biaya upah tenaga kerja marketing guna mendukung jalannya proses penjualan. Upah sendiri merupakan imbalan jasa yang diterima seseorang di dalam hubungan kerja yang berupa uang atau barang, melalui perjanjian kerja, imbalan jasa diperuntukkan untuk memenuhi kebutuhan bagi diri dan keluarganya. Dalam pengertian teori ekonomi, upah yaitu pembayaran yang diperoleh berbagai bentuk jasa yang disediakan dan diberikan oleh tenaga kerja kepada pengusaha (Sukirno, 2001:353). Untuk itu biaya periklanan dan upah tenaga kerja marketing merupakan kunci memperoleh laba dalam hasil penjualan yaitu dengan cara menyediakan promosi berupa beberapa iklan secara langsung dan tidak langsung seperti banner, media sosial, brosur serta tenaga kerja marketing.

Objek dari penelitian ini dikantor pemasaran perumahan mojuduwur residence. Mojoduwur Residence adalah salah satu perumahan yang ada di desa mojuduwur beralamat Jl. Sumberboto, Rt 004 Rw 003 kecamatan mojawarno, kabupaten jombang yang dimiliki oleh

Bapak Sutrisno. Perumahan ini bekerja sama dengan sejumlah pihak dari perbankan guna mendukung lancarnya proses pembayaran atau dalam pengkreditan. Perumahan ini didirikan pada tahun 2014 dengan luas tanah yang sebelumnya yakni 1 HA, ada beberapa type yang ditawarkan oleh calon konsumen diantaranya yakni type lavender 40/91 (7 X 13) dengan harga jual 290.000.000, type Bogenville 45/98 (7 X 14) harga jual 325.000.000, type Ruko A1 & B1 148/73 (6 X 12) harga jual 700.000.000.

Perumahan Residence ini memiliki 2 tenaga kerja tetap yakni satu laki-laki dan satu perempuan, penempatan bagian pekerjaan masing-masing berbeda dimana perempuan dialokasikan kepada promotion ke calon konsumen sehingga menjelaskan alur sebelum memesan ruko maupun perumahan. Berbeda dengan tenaga kerja laki-laki yang dialokasikan pada bagian administrasi surat menyurat serta proses pencatatan calon pembeli di perumahan tersebut. Adapun media iklan yang digunakan dalam promosi baik secara langsung maupun tidak langsung. Iklan langsung seperti tenaga kerja atau sales, brosur, dan banner yang tersedia dikantor pemasaran Mojoduwur Residence. Iklan tidak langsung melalui

media sosial (facebook, instagram, radio). Berikut rincian tabel hasil penjualan Mojoduwur Residence periode tahun 2016-2018 (Periode januari s.d desember).



Gambar 1.1 Hasil Penjualan Perumahan Mojoduwur Residence Tahun 2016 s.d 2018 periode Januari-Desember

Sumber: PT. Tri Sanding Jaya (Mojoduwur Residence)

Berdasarkan gambar 1.1 hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence dari tahun 2016 ke 2018 periode bulan Januari-Desember mengalami kenaikan. Hal ini terlihat pada tahun 2016 ke tahun 2018 di bulan Januari mengalami kenaikan sebesar Rp35.000.000 yang disebabkan oleh konsumen membayar angsuran unit rumah. Bulan Februari sebesar Rp5.000.000 yang diperoleh dari pembayaran DP satu unit rumah. Bulan Maret sebesar Rp332.000.000 kenaikan yang sangat drastis ini didapat dari

pembayaran angsuran ruko 2 lantai dengan type A1. Pada bulan April sebesar Rp264.000.000 kenaikan ini sama yang didapat dari pembayaran angsuran ruko type B1. Pada bulan Mei sebesar Rp15.000.000 yang disebabkan oleh pembayaran angsuran 3 unit rumah. Bulan Juni sebesar Rp8.000.000 diperoleh dari pembayaran angsuran rumah. Bulan Juli sebesar Rp198.000.000 didapat dari pembayaran angsuran rumah dan juga ruko type B1. Agustus mengalami kenaikan sebanyak Rp235.000.000 yang disebabkan oleh meningkatnya unit rumah yang terjual sebanyak 2-4 rumah. Bulan September sebesar Rp19.500.000 yang didapat dari booking atau tanda jadi dari konsumen. Bulan Oktober mengalami kenaikan yang signifikan sebesar Rp489.260.000 meningkatnya pendapatan Perumahan Mojoduwur Residence pada bulan oktober disebabkan oleh terjualnya ruko 2 lantai type A1. Bulan November mengalami kenaikan sebesar Rp330.000.000 disebabkan oleh terjualnya ruko type B1. Terakhir, Bulan Desember terjadi kenaikan Rp474.600.000 disebabkan oleh terjualnya 2 unit rumah secara tunai.

Dapat disimpulkan bahwa hasil penjualan dari tahun 2016 sampai

dengan tahun 2018 bahwa pada tahun 2018 Perumahan Mojoduwur Residence memperoleh hasil penjualan terbanyak terjadi pada bulan Desember yakni Rp500.760.000 dan mengalami kenaikan dari dua tahun sebelumnya sebanyak Rp474.600.000.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Periklanan dan Upah Tenaga Kerja terhadap Hasil Penjualan Perumahan Periode Tahun 2016 – 2018 Di Desa Mojoduwur Studi Kasus Mojoduwur Residence”**.

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian merupakan langkah yang harus ditempuh oleh seorang peneliti dalam melakukan kegiatan penelitian, jenis penelitian ini merupakan suatu penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengacu pada korelasi ada tidaknya hubungan variabel bebas dan terikat dengan uji regresi linear berganda yang tujuannya untuk menjelaskan pengaruh biaya periklanan dan upah tenaga kerja terhadap hasil penjualan.

Data yang peneliti gunakan yakni data sekunder. Sumber data penelitian yaitu berupa biaya periklanan, upah tenaga kerja dan hasil penjualan periode tahun 2016-2018 periode bulan januari-desember yang diperoleh dari kantor Perumahan Mojoduwur Residence.

### **Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara observasi yang dilakukan langsung di kantor pemasaran Mojoduwur Residence, wawancara yang bersumber dari pemilik PT Tri Sanding saya dan dua karyawan serta dokumentasi meliputi data bulanan, gambar, dan brosur.

### **Teknik Analisis Data**

#### **1. Uji Statistik**

##### **a. Analisis Regresi Berganda**

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh biaya periklanan dan upah tenaga kerja marketing terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence dimana Biaya Periklanan (X1) dan

Upah Tenaga Kerja (X2) sebagai variabel bebas dan Hasil penjualan (Y) sebagai variabel terikatnya (Independent).

Dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Hasil penjualan ( Variabel dependen )

X1 : Biaya periklanan ( Variabel Independen )

X : Upah tenaga kerja ( Variabel Independen )

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien Pengganggu

e : Error / Faktor Pengganggu

#### **2. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem auto korelasi.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolonieritas dapat dideteksi dengan menggunakan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF sama dengan 1 atau tolerance sama dengan 0,1).

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Disamping analisis itu dalam pengujian ini juga menggunakan analisis kolmogrov dengan membandingkan nilai signifikansi kolmogrov dengan signifikansi alpha pada 0,05. Apabila nilai signifikansi kolmogrov  $> 0,05$  maka data distribusi normal (Ghozali, 2006:147).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari suatu residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam ilmu ekonometrika, situasi dimana varian ( $\sigma^2$ ) dari faktor pengganggu atau error term adalah sama untuk semua pengamatan terhadap variabel independen (X) meningkatnya varian dari variabel independen maka varian dari (Y) tidak sama, dalam ekonometrika hal ini disebut dengan heteroskedastisitas (Susilowati, 2012).

### 3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Fungsi uji t adalah untuk menentukan signifikansi suatu variabel bebas secara individual dalam mempengaruhi variabel terikat. Apabila ( $t_{hitung}$ )  $<$  ( $t_{tabel}$ ) maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak

artinya model yang digunakan kurang baik, dengan kata lain variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat atau tidak signifikan. Sebaliknya jika  $(t_{hitung}) > (t_{tabel})$  maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat atau signifikan (Susilowati, 2012).

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009:44). Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

1. Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikansi  $< 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**4. Koefisien Diterminasi / Uji  $R^2$**

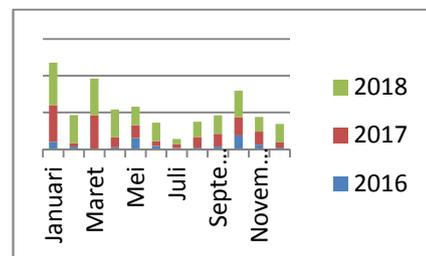
Kegunaan dari uji ini adalah untuk menunjukkan apakah variabel indepenen dapat menerangkan variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0-1. Suatu model *time series* apabila  $R^2$  mencapai angka 1

maka variabel independennya dapat menerangkan variabel dependen dengan sempurna. Sebaliknya apabila  $R^2$  mencapai angka 0 berarti variabel independennya tidak dapat atau lemah dalam menerangkan variabel dependen (Susilowati, 2012).

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh langsung dari kantor pemasaran Mojoduwur Residence. Penelitian ini bertujuan untuk menguji adakah pengaruh biaya periklanan dan upah tenaga kerja terhadap hasil penjualan perumahan mojoduwur periode tahun 2016-2018.

Dari hasil observasi adapun data biaya periklanan yang didapat dari kantor pemasaran Mojoduwur Residence perinciannya sebagai berikut.



Gambar 1.2 Biaya Periklanan Mojoduwur Residence Tahun

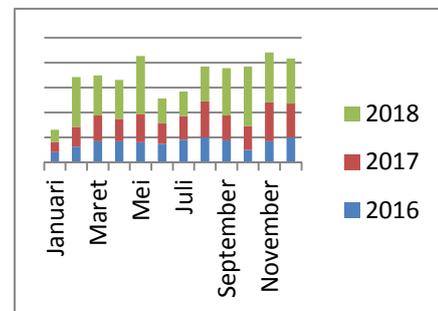
2016 s.d 2018 Periode Januari-  
Desember

Sumber : PT. Tri Sanding Jaya  
(Perumahan Mojoduwur  
Residence)

Berdasarkan gambar 1.2 Biaya Periklanan Mojoduwur Residence bulan Januari-Desember periode tahun 2016-2018 mengalami kenaikan. Hal ini terlihat pada januari terjadi kenaikan sebesar Rp950.000 yang disebabkan oleh biaya percetakan banner. Februari terjadi kenaikan sebesar Rp692.000 disebabkan oleh biaya percetakan brosur dan banner. Bulan maret mengalami kenaikan sebesar Rp 979.000 yang disebabkan oleh pemesanan brosur dan pemasangan plakat banner. Bulan april terjadi kenaikan sebesar Rp697.500 yang disebabkan oleh biaya iklan cetak brosur. Bulan mei sebesar Rp205.000 kenaikan ini disebabkan oleh pembayaran melalui iklan radio. Bulan Juni kenaikan sebesar Rp415.000 dan juli Rp114.000 disebabkan oleh pembayaran cetak brosur untuk promo terbaru. Bulan agustus mengalami kenaikan sebanyak Rp375.000 yang disebabkan oleh penambahan percetakan iklan yakni brosur. Di bulan September mengalami kenaikan Rp430.000 dikarenakan biaya periklanan yang dikeluarkan oleh

perumahan Mojoduwur Residence membutuhkan biaya fotocopy brosur. Bulan oktober mengalami kenaikan Rp348.000 dikarenakan pada bulan itu mengeluarkan beberapa biaya brosur untuk persediaan di kantor pemasaran. Bulan November mengalami kenaikan sebanyak Rp275.000 disebabkan oleh biaya percetakan pamflet. Terakhir, bulan desember tahun 2016 ke tahun 2018 terjadi kenaikan sebesar Rp460.000 yang disebabkan oleh naiknya biaya percetakan banner serta membayar bulanan iklan radio.

Data upah tenaga kerja yang didapat dari kantor pemasaran Mojoduwur Residence rinciannya sebagai berikut.



Gambar 1.3 Upah Tenaga Kerja  
Mojoduwur Residence Tahun  
2016 s.d2018 Periode Januari-  
Desember

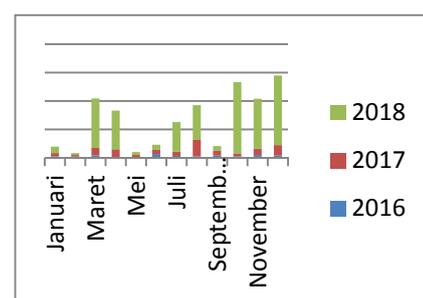
Sumber : PT. Tri Sanding Jaya  
(Perumahan Mojoduwur  
Residence)

Berdasarkan gambar 1.3 Upah Tenaga Kerja Mojoduwur Residence dari tahun 2016-2018 mengalami kenaikan. Hal ini terlihat pada bulan januari sebesar Rp400.000 untuk pembayaran setengah dari fee karyawan satu orang. Bulan februari Rp6.900.000 didapat dari pembayaran cicilan rumah dengan type lavender (7 x 13) a.n Sulih uang tersebut dikuramg 2.000.000 untuk pembayaran upah karyawan 2 orang masing-masing Rp1.000.000. Bulan maret Rp3.800.000 untuk pembayaran upah 2 karyawan karena menjual 4 unit rumah dengan type berbeda. Bulan april Rp3.600.000 untuk pembayaran upah bulanan dan fee. Bulan mei pengeluaran perusahaan Rp7.700.000 untuk pembayaran upah 2 karyawan dan bonus dalam penjualan ruko 2 lantai type A1. Bulan juni pengeluaran upah tenaga kerja Rp1.300.000 pada bulan ini pembayaran upah kurang Rp350.000 karena belum cairnya uang bank.

Selanjutnya bulan juli pengeluaran Rp400.000 untuk fee 2 karyawan. Bulan agustus mengalami pengeluaran sebanyak Rp2.000.000 untuk gaji tenaga kerja marketing untuk 2 orang. Di bulan September sebesar Rp5.100.000 pengeluaran biaya tersebut untuk gaji Rp2.000.000 sebagian untuk

pembayaran perumahan yang akan disetorkan ke bank. Bulan oktober mengalami sebesar Rp9.500.000 dikarenakan pada bulan ini banyak konsumen yang membayar angsuran perumahan secara kredit dan untuk upah tenaga kerja 2 karyawan. Bulan November mengalami kenaikan sebesar Rp 5.800.000 disebabkan oleh naiknya konsumen yang membayar angsuran rumah dan pembayaran upah tenaga kerja. Terakhir bulan desember terjadi kenaikan Rp4.000.000 disebabkan oleh pemberian fee untuk tenaga kerja marketing untuk 2 orang dan upah tenaga kerja bulanan.

Berikut rincian data hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence yang didapat dari kantor pemasaran untuk penjelasannya sebagai berikut.



Gambar 1.4 Hasil Penjualan Perumahan Mojoduwur Residence Tahun 2016 s.d 2018 Periode Januari-Desember

Sumber : PT. Tri Sanding Jaya  
(Perumahan Mojoduwur  
Residence)

Berdasarkan gambar 1.4 hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence dari tahun 2016 ke 2018 periode bulan Januari-Desember mengalami kenaikan. Hal ini terlihat pada tahun 2016 ke tahun 2018 di bulan Januari mengalami kenaikan sebesar Rp35.000.000 yang disebabkan oleh konsumen membayar angsuran unit rumah. Bulan Februari sebesar Rp5.000.000 yang diperoleh dari pembayaran DP satu unit rumah. Bulan Maret sebesar Rp332.000.000 kenaikan yang sangat drastis ini didapat dari pembayaran angsuran ruko 2 lantai dengan type A1. Pada bulan April sebesar Rp264.000.000 kenaikan ini sama yang didapat dari pembayaran angsuran ruko type B1. Pada bulan Mei sebesar Rp15.000.000 yang disebabkan oleh pembayaran angsuran 3 unit rumah. Bulan Juni sebesar Rp8.000.000 diperoleh dari pembayaran angsuran rumah. Bulan Juli sebesar Rp198.000.000 didapat dari pembayaran angsuran rumah dan juga ruko type B1. Agustus

mengalami kenaikan sebanyak Rp235.000.000 yang disebabkan oleh meningkatnya unit rumah yang terjual sebanyak 2-4 rumah. Bulan September sebesar Rp19.500.000 yang didapat dari booking atau tanda jadi dari konsumen. Bulan Oktober mengalami kenaikan yang signifikan sebesar Rp489.260.000 meningkatnya pendapatan Perumahan Mojoduwur Residence pada bulan oktober disebabkan oleh terjualnya ruko 2 lantai type A1. Bulan November mengalami kenaikan sebesar Rp330.000.000 disebabkan oleh terjualnya ruko type B1. Terakhir, Bulan Desember terjadi kenaikan Rp474.600.000 disebabkan oleh terjualnya 2 unit rumah secara tunai.

Setelah melakukan uji statistik atau pengolahan data yang didapat dari observasi maka bagian ini akan dibahas mengenai hasil dari pengolahan data tersebut. Berdasarkan hasil analisis data yang sudah didapatkan oleh peneliti.

**Tabel 1.1 Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
1 (Constant)	-.492	5.616	.931
PERIKLAN AN	.383	.186	.047
UPAH	.860	.373	.027

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Pada uji regresi linear berganda diketahui nilai *unstandardized coefficients* variabel biaya periklanan ( $\beta_1$ ) 0.383 terhadap hasil penjualan (Y) dapat dilihat besarnya koefisien regresi sebesar 0.383 artinya setiap kenaikan 1 (Satu) satuan biaya periklanan akan diikuti oleh hasil penjualan sebesar 0.383, dengan kata lain setiap peningkatan hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence dibutuhkan peningkatan biaya periklanan sebesar 0.383 dengan asumsi variabel ( $\beta_2$ ) tetap. Sedangkan variabel upah tenaga kerja ( $\beta_2$ ) dan hasil penjualan (Y) dapat dilihat besarnya koefisien regresi yaitu sebesar 0.860

artinya setiap kenaikan 1 (satu) satuan upah tenaga kerja akan diikuti oleh hasil penjualan sebesar 0.860, dengan kata lain setiap peningkatan hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence dibutuhkan peningkatan variabel upah tenaga kerja sebesar 0.860 dengan asumsi variabel biaya periklanan ( $\beta_1$ ) tetap.

Pada kolom sig. terbukti bahwa variabel upah tenaga kerja merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap hasil penjualan dibandingkan dengan variabel biaya periklanan nilai signifikan sebesar 0.047 dan untuk upah tenaga kerja memiliki nilai signifikan sebesar 0.027 yang artinya kurang dari 0.05) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) variabel biaya periklanan (X1) memiliki nilai tingkat signifikansi dari tabel t sebesar 0.047 (kurang dari 0.05). Dengan demikian hipotesis penelitian diterima yang menyatakan ada pengaruh biaya periklanan terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence. Variabel upah tenaga kerja (X2) memiliki nilai tingkat signifikansi

dari t sebesar 0.027 (kurang dari 0.05). Dengan demikian hipotesis penelitian diterima yang menyatakan ada pengaruh upah tenaga kerja terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence.

Sedangkan untuk menguji kedua variabel tersebut secara bersama-sama dapat dilihat dari uji simultan (uji F).

**Tabel 1.2 Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.378	2	8.689	5.911	.006 <sup>a</sup>
Residual	48.511	33	1.470		
Total	65.889	35			

a. Predictors: (Constant), UPAH, PERIKLANAN

b. Dependent Variable: PENJUALAN

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas didapat besarnya nilai signifikansi 0.006 dibawah 0.05, maka hipotesis diterima, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi dapat dipakai untuk memprediksi hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence. Secara simultan biaya periklanan (X1) dan upah tenaga kerja

(X2) sangat berpengaruh terhadap hasil penjualan (Y) terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa biaya periklanan dan upah tenaga kerja berpengaruh terhadap hasil penjualan perumahan Mojoduwur Residence. Karena terbukti apabila perusahaan mampu mengeluarkan biaya periklanan dan upah tenaga kerja akan memperoleh peningkatan pada hasil penjualan produk yang dijual.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis ada pengaruh positif biaya periklanan terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence periode tahun 2016-2018.
2. Hasil analisis terdapat pengaruh positif dan signifikan upah tenaga kerja terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence periode tahun 2016-2018.
3. Biaya periklanan dan upah tenaga kerja secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence periode tahun 2016-2018.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. PT. Tri Sanding Jaya hendaknya meningkatkan promosi melalui sponsor *event* acara public sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence.
2. PT. Tri Sanding Jaya hendaknya meningkatkan bonus upah tenaga kerja sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan Perumahan Mojoduwur Residence.

### DAFTAR RUJUKAN

- Andrew, Nico. 2014. *Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Rown Division Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ardiansyah, Lutfi. 2015. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Arifin, Adyatma. 2012. *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Makassar*.

Makassar: Universitas Hasanuddin.

- Benny, Mohammad. 2019. *Biaya Gaji, Biaya Intensif Dan Biaya Pelatihan Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada PT. Sinar Mitra Sepadan Finance)*. Universitas Padjadjaran
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa Cetakan Kelima Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta
- Hilda Nisa. 2010. *Analisis Pengaruh Biaya Iklan Dan Biaya Publisitas Terhadap Tingkat Penjualan Perumahan Pada PT. Melayu Kuantan Mandiri Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Baru.
- Ibrahim, Taufiq. 2011. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran Dan Gaji Karyawan Terhadap Hasil Penjualan Pada Anggrek Catering Di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Kesaulya, Melanie. 2013. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Produk Kenari : Studi Kasus Pada "CV. B-A Kota Ambon"*. Ambon: Universitas Pattimura.
- Marwasputra, Lestariadi. 2010. *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Terhadap Hasil Penjualan Pengrajin Keramik Di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Maulana, Irvak. 2016. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran Dan Gaji Karyawan Terhadap Hasil Penjualan (Studi Kasus Di Catering Warga Sendiri Kota*

- Semarang). Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Mudin, Ahmad. 2012. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepea Motor Honda Pada Show Room CV. Rian Motor Palembang*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Munawaroh. 2012. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Jombang: Intermedia.
- Poluan, Jane. 2016. *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado)*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Prasetyo, Edi. 2013. *Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan Dan Penjualan Perorangan Terhadap Niat Beli Di CV. Lancar Makmur Motor Surakarta*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Putriyani, Ayu. 2016. *Pengaruh Periklanan Dan Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Batu Akik*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri.
- Rahayu, Ayu. 2018. *Pengaruh Biaya Iklan Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Mobil Avanza Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Susilowati, Lina. 2012. *Analisis Pengaruh Kenaikan Upah Minimum terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pria Dan Wanita Di Sector Industry Di Indonesia*. TESIS. Malang: Universitas Brawijaya.
- Tim Penyusun. 2019. *Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jombang: STKIP PGRI Jombang.
- Wulandari, Efriza. 2014. *Pengaruh Biaya Periklanan Dan Personal Selling Terhadap Hasil Penjualan Deposito Pada Bank Muamalat Indonesia Tulungagung*. Ponorogo: BRI Unit Kerja Bungkul.
- Yuliatwati, Lilik. 2019. *Biaya Iklan dan Promosi Serta Pengaruhnya terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk*. Universitas Bina Sarana Informatika.
- Yulitasari, Deavy. 2014. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.