



Jurnal Akuntansi AKTIVA, Vol. 3, No. 2, 2022

**PENGARUH *NETWORKING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK KERUPUK KULIT IKAN PATIN DI
PUSAT PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DAERAH DELI SERDANG**

Idris Sani¹, Tukimin Lubis, S.E, M.MA²
Email: idrissani27384@gmail.com, Tukiminlbs22@gmail.com

*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

ABSTRACT

Penelitian ini menganalisis Pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang yang beralamat di JL.Medan-Tebing Tinggi Dusun V KM 21 Desa Tanjung Baru, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Dei Serdang. Penelitian ini dimulai dari pra riset yang dilakukan pada bulan Februari-Juni 2022. populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 52 pedagang. Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Berhubung jumlah Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang berjumlah 52 orang (kurang dari 100 orang), maka semua pedagang diambil jadi objek penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,223, dimana nilai t-hitung > t-tabel ($2.256 > 1.6746$) dan signifikan sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 artinya *Networking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, maka H_{a1} diterima. Nilai koefisien sebesar 0,661, dimana nilai t-hitung > t-tabel ($6.688 > 1.6746$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih besar dari 0,05 artinya *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, maka H_{a2} diterima. Nilai F_{tabel} sebesar 3,19. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} (39.806) > F_{tabel} ($3,19$), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel *Networking* (X_1) dan *Service Quality* (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel Peningkatan Penjualan (Y).

Kata Kunci : *Networking*, *Service Quality*, Peningkatan Penjualan

1.1. Latar Belakang Masalah

Perputaran roda perekonomian di dunia tidak lepas dari usaha yang keras di bidang *networking* (jaringan). Kita melihat dan bahkan telah menjalankan proses pemasaran dalam menjual barang atau jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Namun kadang - kadang proses jaringan dalam sebuah usaha tersebut dilakukan hanya berdasarkan kebiasaan saja, sering terjadi perusahaan kalah bersaing dengan perusahaan lain dengan jenis usaha yang sejenis untuk merebut hati konsumen maka suatu perusahaan harus memiliki perencanaan proses *networking* (jaringan) secara matang dengan menggunakan *service quality* (kualitas pelayanan) yang tepat dan juga didukung dengan penjualan produk yang baik sehingga dapat meningkatkan penjualan terhadap suatu usaha.

Perusahaan harus dapat mempertahankan promosi dan saluran dsitribusi yang baik agar konsumen bersedia membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan dan pada akhirnya memiliki tujuan akhir yaitu untuk mencapai target dari omset penjualan yang diharapkan serta dapat menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan salah satunya biaya promosi dan distribusi. Adanya kenaikan omset penjualan, perusahaan dapat dikatakan menang dalam bersaing, sebab mampu menarik perhatian konsumen atas produk yang ditawarkan, hal ini tak lepas bagaimana sebuah perusahaan melakukan kegiatan pemasaran yang mencakup *networking* (jaringan) dan *service quality* (kualitas pelayanan). Berikut ini adalah hasil data prasurvey yang dibagikan kepada 30 orang Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang pada tabel 1.1 berikut ini

Tabel 1
Hasil Data Prasurvey

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
<i>Networking</i>					
1.	Menurut saya pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang memiliki jaringan informal dengan teman, keluarga, ataupun pedagang lainnya	10	33%	20	67%
2.	Saya memiliki jaringan untuk meningkatkan jaringan usaha saya dengan klien, pemasok, pesaing dan sebagainya	15	50%	15	50%
3.	Saya melakukan penjualan produk hingga ke lembaga regional, bank, pemerintah	26	87%	4	13%

	dan sebagainya.				
--	-----------------	--	--	--	--

Sumber: Data Diolah, 2022

Menurut Pra Riset yang dilakukan peneliti kepada 30 Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang bahwasannya didalam indikator *networking* masih ada responden yang menjawab “tidak setuju” dari hasil pernyataan “Saya melakukan penjualan produk hingga ke lembaga regional, bank, pemerintah dan sebagainya” sebanyak 26 orang (87%). Hal ini tentu Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang masih belum memiliki *networking* (jaringan) eksternal dan jaringan kelembagaan. Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang hanya mengandalkan konsumen dari jaringan informal seperti, teman, keluarga, dan masyarakat sekitar. Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang tidak mempunyai jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan seperti klien, pemasok, pesaing, lembaga regional, bank, pemerintah dan sebagainya. Oleh karena itu penjualan produk yang dilakukan oleh Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang tidak mengalami peningkatan dikarenakan masih terbatasnya jangkauan *networking* (jaringan) yang dimiliki oleh pedagang tersebut.

Tabel 2
Hasil Data Prasurvey

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
<i>Service Quality</i>					
1	Menurut saya pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan respon secara cepat dan tepat terhadap apa yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen	19	63%	11	37%
2	Saya selalu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan benar kepada konsumen	15	50%	15	50%
3	Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan Jaminan terhadap suatu produk bagi para konsumen	16	53%	14	47%
4	Pedagang di Pusat	13	43%	17	57%

	Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial kepada konsumen				
5	Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu menunjukkan barang atau suatu produk kepada konsumen dalam proses transaksi jual beli	10	33%	20	67%

Sumber: Data Diolah, 2022

Hasil data pra survey didalam indikator *Service Quality* masih ada responden yang menjawab “tidak setuju” pada pernyataan “Menurut saya pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan respon secara cepat dan tepat terhadap apa yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen” sebanyak 19 orang (63%) dan pada pernyataan “Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selalu memberikan Jaminan terhadap suatu produk bagi para konsumen” sebanyak 16 orang (53%). Selain masalah *networking* (jaringan), terdapat fenomena Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang yaitu para pedagang masih belum bisa ramah kepada calon konsumen yang ingin membeli produk yang yang dijual oleh Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang. Pedagang juga masih irit senyum, bersikap cuek kepada para konsumen serta pedagang belum bisa memberikan jaminan terhadap produk yang dijual kepada konsumen tentang kualitas keamanan ketika dikonsumsi, sehat atau tidaknya produk tersebut dan sebagainya.

Tabel 3
Hasil Data Prasurvey

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
Peningkatan Penjualan					
1	Penjualan saya terus meningkat akibat dari kekuatan-kekuatan dari luar perusahaan.	15	50%	15	50%
2	Menurut saya penjualan Pedagang di Pusat Pengembangan Produk	15	50%	15	50%

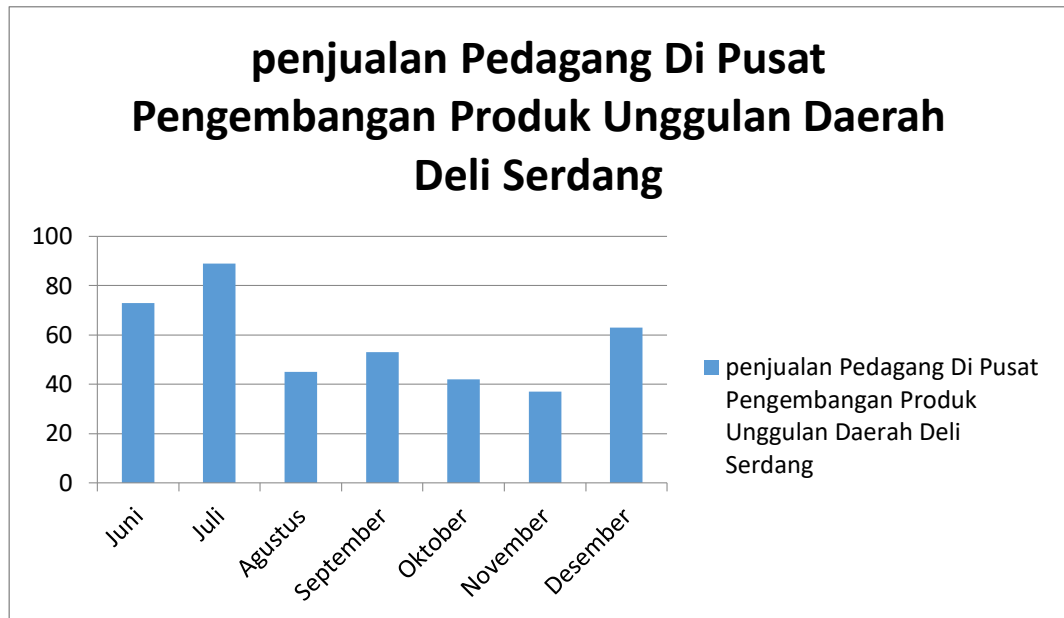
	Unggulan Daerah Deli Serdang secara rata-rata mengalami peningkatan setiap periode akibat dari pelaku usaha yang terus menerus selalu berusaha.				
3	Menurut saya penjualan pada Pedagang di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang akhir-akhir ini terjadi peningkatan yang sangat signifikan	13	43%	17	57%
4	Saya selalu mengalami peningkatan akibat dari besarnya jumlah pelanggan	20	67%	10	33%
5	Menurut saya faktor dari luar juga mempengaruhi naik turunnya suatu penjualan.	18	60%	12	40%

Sumber: Data Diolah, 2022

Hasil data pra survey didalam indikator peningkatan penjualan pada pernyataan “Saya selalu mengalami peningkatan akibat dari besarnya jumlah pelanggan” responden masih ada yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 20 orang (67%) dan responden masih ada yang menjawab “tidak setuju” pada pernyataan “Menurut saya faktor dari luar juga mempengaruhi naik turunnya suatu penjualan.” sebanyak 18 orang (60%). Tentu hasil ini sangat mempengaruhi hasil penjualan dikarenakan rendahnya jumlah pelanggan yang datang ke Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang dikarenakan pihak pedagang belum mempunyai jaringan eksternal yang kuat sehingga hal tersebut membuat menurunna jumlah penjualan. Data hasil penjualan Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selama bulan Juni-Desember 2021 ditampilkan pada grafik 1.1 berikut ini

Gambar 1.1

Grafik penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang selama bulan Juni-Desember 2021



bahwa penjualan Produk Kerupuk Kulit Dan Ikan Patin pada Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang masih mengalami penurunan pada bulan Agustus (45), Oktober (42) dan November (37) yang cukup signifikan. Hal ini terjadi dikarenakan pedagang masih belum mempunyai jaringan yang cukup besar seperti jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan untuk menjual produk dalam ruang lingkup yang cukup besar dan pedagang juga masih belum bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga hal-hal tersebut membuat penurunan jumlah penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin. Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan jumlah penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, pedagang harus bisa membuat jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan agar produk bisa masuk kepasar yang lebih besar dan menjual produk yang lebih banyak agar produk bisa dikenal oleh orang lain dan pedagang juga harus bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan setelah berbelanja di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang.

Berdasarkan fenomena yang telah digambarkan, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul ” **Pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Menurut Sugiyono (2017), Rumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian, sebagai panduan bagi peneliti untuk menentukan teori yang akan dipakai, perumusan hipotesis, pengembangan instrument, dan teknik statistik

untuk analisis data. Berdasarkan latar belakang masalah yang dirangkum, maka yang menjadi pertanyaan dalam rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Networking* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)?
2. Apakah *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)?
3. Apakah *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)?
4. Seberapa besar berpengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang)?

METODE PENELITIAN

2.1. Desain Penelitian

Menurut Ahmad (2015) “Desain penelitian adalah rencana atau strategi yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian (menguji hipotesis) dan mengontrol variabel atau focus penelitian”. Desain penelitian berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian agar dapat berjalan dengan baik. Metode analisis dapat digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada dalam metode analisis data deskriptif dan kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran dan Pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang (Studi Kasus Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang).

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 52 pedagang. Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Berhubung jumlah Pedagang Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang berjumlah 52 orang (kurang dari 100 orang), maka semua pedagang diambil jadi objek penelitian.

2.3 Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel yang dibagi menjadi variabel independen dan

variable dependen, yaitu *Networking* dan *Service Quality*, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah peningkatan Penjualan Produk. Operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	<i>Networking</i> (X ₁)	Menurut Wijanarko & Susila (2016: 77) <i>Networking</i> diartikan sebagai organisasi yang mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi.	Joao J. Ferreira <i>et al</i> (2015) menjelaskan bahwa indikator <i>networking</i> adalah: 1.Jaringan Informal 2. Jaringan Eksternal 3.Jarngan Kelembagaan	Likert
2.	<i>Service Quality</i> (X ₂)	Menurut Ladhari dalam Graha (2016:311), <i>service quality</i> (kualitas pelayanan) dianggap sebagai alat yang penting dalam bisnis ritel karena bertujuan untuk memberikan manfaat lebih kepada pelanggan dalam berbelanja dan kualitas pelayanan yang baik dalam pemberian pelayanan terhadap pelanggan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan membantu meningkatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis ritel.	Tjiptono (2017:174) berpendapat bahwa indikator <i>service quality</i> adalah: 1.Keandalan (<i>reliability</i>) 2.Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 3.Jaminan (<i>assurance</i>) 4. Empati 5.Bukti fisik (<i>tangibles</i>),	Likert

3.	Peningkatan Penjualan (Y)	Menurut Mulyadi dalam (Tam & Model, 2015), “ Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli”.	Indikator – indikator omzet penjualan menurut Kotler (2015) menyatakan bahwa perolehan peningkatan penjualan yang tinggi akan terpenuhi apabila: 1. kekuatan-kekuatan dari luar perusahaan dapat memberikan keuntungan. 2. kinerja perusahaan secara rata-rata mengalami peningkatan setiap periode waktu. 3. setiap penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan, 4. setiap perusahaan meningkat sesuai dengan besarnya jumlah pelanggan. 5. tidak terpengaruh oleh faktor-faktor yang kurang komparatif dalam mempengaruhi omzet penjualan yang diterima.	Likert
----	---------------------------	---	--	--------

Sumber: Data Diolah, 2022

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2017:24), teknik atau instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan pengumpulan data agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan mendapatkan hasil yang lebih baik. Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis mengumpulkan data dengan Observasi, Dokumentasi dan Kuesioner

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

3.1 Analisis Regresi Sederhana

Untuk menjalin hipotesis peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mencari hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat melalui Pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.281	1.908			
	Networking	.315	.140	.223	.797	1.255
	Service Quality	.655	.098	.661	.797	1.255

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.21 maka persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 3,281 + 0,315 X_1 + 0,655 X_2 + e$$

Pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) 3,281, b1 sebesar 0,315 dan b2 sebesar 0,655 sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 3,281 + 0,315 X_1 + 0,655 X_2 + e$, Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta (a) = 3,281 artinya jika variabel *Networking* Dan *Service Quality* bernilai 0 maka Peningkatan Penjualan adalah sebesar 3,281.
2. Koefisien regresi variabel *Networking* = 0,315 artinya jika variabel *Networking* meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Peningkatan Penjualan akan meningkat 0,315.
3. Koefisien regresi *Service Quality* = 0,655 artinya jika variabel *Service Quality* meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Peningkatan Penjualan akan meningkat sebesar 0,655.

3.2 Uji t

Uji t (Parsial) adalah untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian SPSS maka nilai uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 6
Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.281	1.908		1.719	.092
	Networking	.315	.140	.223	2.256	.029
	Service Quality	.655	.098	.661	6.688	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai t tabel pada $n = 52$ pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1.6746. Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

1. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien sebesar 0,223, dimana nilai t-hitung > t-tabel ($2.256 > 1.6746$) dan signifikan sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 artinya *Networking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, maka H_{a1} diterima.
2. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien sebesar 0,661, dimana nilai t-hitung > t-tabel ($6.688 > 1.6746$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, maka H_{a2} diterima.

3.3 Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama simultan mempengaruhi variabel *dependen*. Dari hasil pengujian SPSS maka nilai Anova dalam uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 7
Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	234.593	2	117.296	39.806	.000 ^b
	Residual	144.388	49	2.947		
	Total	378.981	51			

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

b. Predictors: (Constant), Service Quality, Networking

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 7 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 39.806 Dengan $\alpha = 5\%$, dk pembilang : 2, dk penyebut :52-2-1 (5%; 2; 49; F tabel 3,19) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,19. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} (39.806) > F_{tabel}

(3,19), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel *Networking* (X_1) dan *Service Quality* (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel Peningkatan Penjualan (Y).

3.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi terletak pada tabel Model Summary dan tertulis *R Square*. Untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square* karena disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian nilai *R Square/Adjusted R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar 0 sampai dengan 1. Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 8
Hasil Uji R Square
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.619	.603	1.717

a. Predictors: (Constant), Service Quality, Networking

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (*R Square*) sebesar 0,619 hal ini berarti 61,9% variabel *dependen* dapat dijelaskan oleh variabel *independen* sedangkan sisanya ($100\% - 61,9\% = 38,1\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Pembahasan Pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan

Diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,19. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} (39.806) > F_{tabel} (3,19)$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel *Networking* (X_1) dan *Service Quality* (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel Peningkatan Penjualan (Y).

Nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (*R Square*) sebesar 0,619 hal ini berarti 61,9% variabel *dependen* dapat dijelaskan oleh variabel *independen* sedangkan sisanya ($100\% - 61,9\% = 38,1\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Teguh Ariefientoro, Nina Ernawati (2021) yang berjudul “Pengaruh *Networking*, Kelengkapan Informasi Pemasaran Terhadap Kualitas Market Entry Strategy Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Semarang” dengan hasil yang menunjukkan bahwa *networking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Semarang. Hal ini membuktikan bahwasanya jika *Networking* yang dimiliki oleh pelaku usaha sudah meluas dimana-mana, maka akan meningkatkan peningkatan penjualan terhadap suatu produk.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Danang Kukuh Argitama (2020) dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* Dan Promosi Penjualan

Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Gopay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang)” yang menyatakan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Produk Gopay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang). Dalam hal tersebut menjelaskan bahwasanya jika *Service Quality* yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen baik, maka hal tersebut dapat meningkatkan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang.

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Pengaruh *Networking* Dan *Service Quality* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien sebesar 0,223, dimana nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2.256 > 1.6746$) dan signifikan sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 artinya *Networking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, maka H_{a1} diterima.
2. Nilai koefisien sebesar 0,661, dimana nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($6.688 > 1.6746$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih besar dari 0,05 artinya *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang, maka H_{a2} diterima.
3. Nilai F_{tabel} sebesar 3,19. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} (39.806) $> F_{\text{tabel}}$ ($3,19$), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel *Networking* (X_1) dan *Service Quality* (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel Peningkatan Penjualan (Y).

4.2. Saran

Dari hasil penelitian tersebut maka peneliti akan memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak -pihak yang berkepentingan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya. Beberapa saran tersebut adalah :

1. Para pedagang Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang harus bisa mengembangkan *networking* (jaringan) seperti jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan agar dapat meningkatkan penjualan.
2. Para pedagang Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang harus bisa memberikan *service quality* (kualitas pelayanan) yang terbaik kepada para konsumen agar konsumen merasa dilayani dengan sepenuh hati setiap melakukan perbelanjaan dan dapat meningkatkan penjualan
3. Para pedagang Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang harus bisa mengembangkan *networking*

(jaringan) seperti jaringan eksternal dan jaringan kelembagaan serta memberikan *service quality* (kualitas pelayanan) yang terbaik kepada para konsumen agar hal tersebut dapat meningkatkan penjualan disetiap harinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Jamaluddin. 2015. Metode Penelitian Administrasi Publik. Yogyakarta : Gava Media
- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferreira, N.C., C. Bonetti, and W.Q. Seiffert. 2015. Hydrological and water quality indices as management tools in marine shrimp culture. *Aquaculture*, 318:425-433.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- I Made Satya Graha. (2016). E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.2 “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hardy’s Negara*”. Bali
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandi. (2017). *Service Manajemen mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: cv Andi offset.
- Wijanarko, A., & Susila, I. (2016). Faktor Kunci Keberhasilan Umkm Kreatif.