

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN MINYAK LOVINA PADA DISTRIBUTOR CV BUANA MANDIRI SEJAHTERA TIMIKA

Mikael Bato

STIE Jambatan Bulan

mikaelbato@gmail.com

Rosdiana *

STIE Jambatan Bulan

rosdianarerung@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the level of Lovina Oil sales at CV Buana Mandiri Sejahtera in Timika City. The factors analyzed include market conditions, seller ability, capital, and price. The sales data used in this study covers the period 2020 to 2023, with the data analysis techniques used being Exploratory Factor Analysis (EFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA), and multiple linear regression. The results of the analysis show that market conditions and prices have a positive and significant effect on Lovina Oil sales. On the other hand, seller ability and capital do not show a significant effect. The Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) value of 0.863 indicates that the data has good sample adequacy. In addition, Confirmatory Factor Analysis (CFA) shows that one main component explains 89.875% of the variance in the data. The reliability test with Cronbach's Alpha produced a value of 0.969, indicating that the research instrument is very reliable. Based on the results of multiple regression, the R value of 0.943 indicates a strong relationship between the independent variables and the dependent variable. The conclusion of this study is that market conditions and price factors are the main determinants of Lovina Oil sales, while capital and seller ability require further evaluation.

Keywords: Sales, Lovina Oil, Sales Factors, Market Conditions, Price, Linear Regression.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan Minyak Lovina pada CV Buana Mandiri Sejahtera di Kota Timika. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi kondisi pasar, kemampuan penjual, modal, dan harga. Data penjualan yang digunakan dalam penelitian ini mencakup periode 2020 hingga 2023, dengan teknik analisis data yang digunakan adalah Exploratory Factor Analysis (EFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA), dan regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi pasar dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan Minyak Lovina. Sebaliknya, kemampuan penjual dan modal tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sebesar 0,863 menunjukkan bahwa data memiliki kecukupan sampel yang baik. Selain itu, Confirmatory Factor Analysis (CFA) menunjukkan bahwa satu komponen utama menjelaskan 89,875% varians dalam data. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,969, menunjukkan bahwa instrumen penelitian sangat andal. Berdasarkan hasil regresi berganda, nilai R sebesar 0,943 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa faktor kondisi pasar dan harga adalah penentu utama penjualan Minyak Lovina, sementara modal dan kemampuan penjual memerlukan evaluasi lebih lanjut.

Kata Kunci: Penjualan, Minyak Lovina, Faktor Penjualan, Kondisi Pasar, Harga, Regresi Linear.

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi di Papua, khususnya di Kota Timika, telah membuka peluang bagi berbagai perusahaan untuk memperluas produksi dan meningkatkan penjualan. Sektor kebutuhan pokok, termasuk pangan, menjadi salah satu fokus utama pengusaha. Salah satu produk penting dalam kategori ini adalah minyak goreng, yang memiliki peran krusial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Timika. Minyak Lovina, sebagai salah satu produk unggulan, telah menjadi pilihan populer di kalangan grosir dan semi-grosir, karena harga yang terjangkau dan ketersediaannya yang mudah.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, terutama dengan kehadiran pasar modern, perusahaan seperti CV Buana Mandiri Sejahtera harus terus berinovasi dan menjaga kualitas produk untuk menarik pelanggan. Minyak goreng, sebagai kebutuhan esensial di Indonesia, termasuk Timika, menjadi salah satu produk yang terus diminati. CV Buana Mandiri Sejahtera, yang memproduksi dan mendistribusikan Minyak Lovina, berupaya untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Salah satu target utama adalah para penjual toko atau kios, dan usaha kuliner seperti gorengan, martabak, nasi goreng, dan ayam geprek.

Agar tetap kompetitif, perusahaan perlu memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi penjualan, seperti kondisi pasar, kemampuan penjual, dan modal. Faktor-faktor ini sangat berpengaruh dalam mencapai target penjualan yang optimal. Penjualan merupakan proses pertukaran antara penjual dan pembeli yang ditentukan oleh harga dan distribusi barang, serta dipengaruhi oleh dinamika pasar.

Menurut Basu Swastha 2008:406 (Gusrizaldi & Komalasari 2016:293), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan, di antaranya adalah kondisi pasar, kemampuan penjual dan modal. CV Buana Mandiri Sejahtera perlu memperhatikan faktor-faktor ini agar mampu bersaing di pasar dan meningkatkan penjualan Minyak Lovina.

Adapun daftar tabel data penjualan minyak Lovina seperti yang terlampir pada Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1
Data Penjualan pertahun selama 4 periode
Pada CV Buana Mandiri Sejahtera
Periode 2020-2023**

Periode	Penjualan	
2020	Rp	5.839.108.000
2021	Rp	3.995.231.000
2022	Rp	7.226.204.080
2023	Rp	5.393.213.424
Total	Rp	22.453.756.504

Sumber: CV Buana Mandiri Sejahtera Timika, data diolah 2024

Tabel 1.1 Dari data penjualan CV Buana Mandiri Sejahtera selama periode 2020 hingga 2023, terdapat fluktuasi penjualan. Pada tahun 2021, penjualan menurun sebesar Rp 1.843.837.000, namun pada tahun 2022 terjadi peningkatan yang signifikan hingga Rp 3.230.973.080, disebabkan oleh kelangkaan minyak goreng di pasaran. Namun, pada tahun 2023,

penjualan kembali menurun sebesar Rp 1.832.990.656 karena munculnya kompetitor baru, yaitu minyak subsidi yang disediakan oleh pemerintah. Fluktuasi ini menandakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan Minyak Lovina, baik dari sisi internal perusahaan maupun eksternal pasar.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan Minyak Lovina pada distributor CV Buana Mandiri Sejahtera, guna memberikan wawasan bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi penjualan dan mempertahankan pertumbuhan di masa depan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Arikunto (2010:3), penelitian deskriptif ini merupakan penelitian yang benar-benar hanya memaparkan apa yang terdapat atau terjadi dalam sebuah kancah, lapangan, atau wilayah tertentu. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penjualan minyak lovina pada CV Buana Mandiri sejahtera dengan melakukan analisis terhadap tingkat penjualan minyak lovina dapat menjadi bahan evaluasi manajemen.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Data

Exploratory Factor Analysis (EFA)

K.,Sherly (2015:49)

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test

Mengukur kecukupan sampel pada faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan minyak lovina dapat di lihat pada tabel 5.1

**Tabel 5.1
KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,863
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	df
	,000

Data : diolah 2024

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy merupakan Nilai KMO yang diperoleh adalah 0,863, menunjukkan bahwa data memiliki kecukupan sampel yang sangat baik untuk analisis faktor

**Tabel 5.2
Anti-image Matrices**

	X1	X2	X3	X4	Y
Anti-	X1	,136	-,021	,015	-,034
image	X2	-,021	,108	-,077	-,002

Covariance	X3	,015	-,077	,118	-,040	,013
	X4	-,034	-,002	-,040	,087	-,045
	Y	-,055	-,017	,013	-,045	,111
Anti-image	X1	,897 ^a	-,171	,120	-,315	-,447
	X2	-,171	,854 ^a	-,686	-,025	-,157
Correlation	X3	,120	-,686	,818 ^a	-,391	,115
	X4	-,315	-,025	-,391	,876 ^a	-,453
	Y	-,447	-,157	,115	-,453	,874 ^a

a. *Measures of Sampling Adequacy(MSA)*

Data : diolah 2024

Matriks ini menunjukkan kovarians dari variabel yang diteliti (X1, X2, X3, X4, Y) setelah mengeluarkan faktor yang dianggap signifikan. Dari nilai MSA ini, dapat disimpulkan bahwa semua variabel (X1, X2, X3, X4, Y) memiliki nilai MSA yang baik (di atas 0,80), yang berarti semua variabel layak untuk digunakan dalam analisis faktor.

Tabel 5.3
Communalities

	Initial	Extraction
X1	1,000	,883
X2	1,000	,903
X3	1,000	,866
X4	1,000	,940
Y	1,000	,901

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Data: Di olah 2024

Hasil Extraction menunjukkan bahwa sebagian besar varians dari setiap variabel dapat dijelaskan oleh komponen utama. Nilai communalities yang tinggi (di atas 0,8) menunjukkan bahwa komponen yang diekstraksi mampu menangkap sebagian besar informasi dari masing-masing variabel.

Bartlett's Test Of Sphericity

Berikut tabel yang menjelaskan mengenai *Bartlett's Test of Sphericity*.

Tabel 5.4
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,863
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	885,286
	df	10
	Sig.	,000

Data : diolah 2024

Nilai Chi-Square Approx sebesar 885,286 dengan df (*degree of freedom*) 10, dan Sig. < 0,001 menunjukkan bahwa hasilnya signifikan. Ini berarti bahwa ada korelasi antar variabel yang cukup kuat, dan analisis faktor dapat dilakukan.

Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* pada tabel 5.6 berikut.

Tabel 5.5
Total Variance Explained

Compon ent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared		
	Total	% of Variance	Cumulati ve %	Total	% of Variance	Cumulati ve %
1	4,494	89,875	89,875	4,494	89,875	89,875
2	0,280	5,606	95,482			
3	0,093	1,853	97,335			
4	0,079	1,576	98,911			
5	0,054	1,089	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Data : diolah 2024

Dalam Confirmatory Factor Analysis (CFA), kita berfokus pada bagaimana variabel-variabel dapat dijelaskan oleh satu atau lebih faktor laten yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan hasil di atas, komponen 1 adalah komponen utama yang menjelaskan sebagian besar varians dalam data (89,875%), sehingga sangat mungkin bahwa semua variabel berkontribusi kuat pada satu faktor utama.

Uji Reabilitas dan Validitas

Uji Reabilitas

Hasil analisis *Cronbach's Alpha* menunjukkan tingkat reliabilitas dari skala atau instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat di lihat pada tabel 5.7 berikut.

Tabel 5.6
Item-Total Statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	64,38	90,659	,907
X2	65,72	97,209	,920
X3	65,25	96,441	,891
X4	64,88	83,388	,952
Y	65,60	96,024	,924
			,961

Data: diolah 2024

Semua item (X1, X2, X3, X4, dan Y) memiliki Corrected Item-Total Correlation yang sangat tinggi ($> 0,8$), yang menunjukkan bahwa mereka berkorelasi dengan baik dengan skala total. Cronbach's Alpha untuk seluruh skala sangat tinggi (di atas 0,96), yang menunjukkan bahwa skala ini sangat andal (reliable). Bahkan jika salah satu item dihapus, alpha tetap berada di atas 0,96, yang menunjukkan tidak ada item yang perlu dihapus. Berdasarkan ini, semua item tampak berkontribusi positif dan konsisten terhadap skala total, dan skala ini dapat dianggap sangat reliabel.

**Tabel 5.7
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,969	5

Data: diolah 2024

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,969 menunjukkan bahwa skala pengukuran yang terdiri dari 5 item memiliki konsistensi internal yang sangat kuat. Artinya, responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel terkait penjualan minyak Lovina, sehingga skala tersebut dapat diandalkan untuk digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 5.8
Correlations**

	X1	X2	X3	X4	Y
Pearson Correlation	1	,840**	,795**	,904**	,914**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	,840**	1	,927**	,886**	,851**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	,795**	,927**	1	,882**	,811**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	,904**	,886**	,882**	1	,922**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000

N	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	,914**	,851**	,811**	,922**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	120	120	120	120	120

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Data : diolah 2024

Hasil analisis Correlations di atas menunjukkan hubungan atau korelasi antara variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian, yaitu variabel X1 (Kondisi Pasar), X2 (Kemampuan Penjual), X3 (Modal), X4 (Harga), dan Y (Penjualan).

Semua variabel memiliki hubungan yang positif dan kuat satu sama lain. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kondisi pasar, kemampuan penjual, modal, dan kualitas produk semuanya terkait erat satu sama lain serta mempengaruhi tingkat penjualan minyak Lovina. Semua variabel yang dianalisis memiliki korelasi yang kuat satu sama lain, dan semuanya signifikan secara statistik. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dianalisis (Kondisi Pasar, Kemampuan Penjual, Modal, dan Harga) secara signifikan mempengaruhi tingkat penjualan minyak Lovina di CV Buana Mandiri Sejahtera.

Uji Regresi Berganda

Hasil dari regresi linear berganda menunjukkan hubungan antara variabel independen (X1: Kondisi Pasar, X2: Kemampuan Penjual, X3: Modal, X4: Harga) dengan variabel dependen (Y: Penjualan). Berikut adalah penjelasan detail dari hasil analisis pada tabel 5.9 tersebut:

Tabel 5.9
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,943 ^a	,889	,885	,793

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

Data : diolah 2024

Adjusted R Square = 0,885: Adjusted R Square adalah versi yang disesuaikan dari R Square, yang mempertimbangkan jumlah variabel dalam model dan ukuran sampel. Nilai ini umumnya sedikit lebih rendah daripada R Square biasa karena memperhitungkan kemungkinan bahwa menambahkan variabel tambahan ke model dapat meningkatkan R Square meskipun variabel tambahan tersebut tidak secara signifikan berkontribusi pada model. Std. Error = 0,793: Standar error dari estimasi adalah ukuran ketepatan prediksi model regresi. Ini menunjukkan seberapa jauh data yang diamati cenderung menyimpang dari nilai prediksi yang dihasilkan oleh model. Model regresi linear berganda yang melibatkan variabel Kondisi Pasar, Kemampuan Penjual, Modal, dan harga sangat kuat dalam memprediksi penjualan dengan nilai R sebesar 0,943.

**Tabel 5.10
Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2,296	,563			4,079	,000
X1	,355	,066	,405		5,352	,000
X2	,164	,096	,160	1,707		,090
X3	-,109	,088	-,111	-1,237		,219
X4	,404	,074	,513	5,451		,000

a. Dependent Variable: Y

Data: diolah 2024

Nilai B = 2,296: Konstanta ini berarti bahwa jika semua variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) bernilai nol, maka nilai penjualan (Y) diprediksi sebesar 2,296. Nilai t = 4,079 dan Sig. = 0,000: Nilai t yang signifikan ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa konstanta ini secara statistik signifikan dalam model.

Variabel Kondisi Pasar (X1) dan Harga (X4) memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan, dengan nilai p yang sangat rendah ($p < 0,05$), menunjukkan bahwa keduanya merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat penjualan. Variabel Kemampuan Penjual (X2) tidak signifikan pada tingkat signifikansi 5% tetapi dapat dipertimbangkan pada tingkat signifikansi 10%.

Variabel Modal (X3) memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap penjualan, yang mungkin menunjukkan bahwa dalam konteks ini, peningkatan modal tidak berdampak positif terhadap penjualan.

Pembahasan Hasil Analisis

Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Minyak Lovina

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan, beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan minyak Lovina pada distributor CV Buana Mandiri dapat diidentifikasi. Menurut Gusrizaldi & Komalasari (2016:293) Dalam menjual barang atau jasa ada beberapa faktor yang harus diperhatikan diantaranya Kondisi Pasar, Kondisi dan Kemampuan Penjual dan Modal. Menurut Haryanto et al., (2020:226) faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan ada yaitu harga. Namun pada hasil analisis ini tingkat pengaruhnya yang berbeda dan signifikansi yang bervariasi. Berikut adalah penjelasan terkait faktor-faktor yang berpengaruh:

Kondisi Pasar (X1)

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kondisi pasar memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat penjualan Minyak Lovina di CV Buana Mandiri Sejahtera ($\beta = 0,405$; $p < 0,05$). Ini berarti bahwa semakin baik kondisi pasar, semakin tinggi tingkat penjualan yang dapat dicapai oleh perusahaan CV Buana Mandiri Sejahtera. Faktor kondisi pasar mencakup aspek-

aspek seperti persaingan dengan kompetitor, fluktuasi permintaan pasar, dan tren pembelian di masyarakat. Sebagai contoh, kelangkaan minyak goreng di pasar pada tahun 2022 menyebabkan peningkatan penjualan Minyak Lovina, yang terlihat dari lonjakan penjualan yang signifikan. Namun, pada tahun 2023, munculnya minyak goreng subsidi menyebabkan penurunan penjualan. Oleh karena itu, kondisi pasar menjadi faktor yang sangat penting bagi CV Buana Mandiri Sejahtera dalam mengatur strategi penjualan mereka. Dalam upaya mempertahankan atau bahkan meningkatkan penjualan, perusahaan perlu melakukan analisis pasar yang berkelanjutan dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan dinamika pasar yang terjadi. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan promosi, memperluas jangkauan distribusi, dan menyesuaikan harga jual agar lebih kompetitif dengan produk subsidi yang masuk ke pasar.

Kemampuan Penjual (X2)

Variabel kemampuan penjual memiliki pengaruh yang tidak terlalu signifikan pada tingkat penjualan Minyak Lovina dengan nilai p sebesar 0,090 ($\beta = 0,160$). Meskipun tidak signifikan pada tingkat 5%, variabel ini masih dapat dipertimbangkan pada tingkat signifikansi 10%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan penjual memiliki peran dalam memengaruhi penjualan, tetapi tidak sepenting variabel lain seperti kondisi pasar dan harga.

Kemampuan penjual mencakup keterampilan penjual dalam menawarkan produk, berkomunikasi dengan konsumen, serta kemampuan dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan. Dalam konteks CV Buana Mandiri Sejahtera, peningkatan kemampuan penjual bisa dilakukan melalui pelatihan dan pembinaan tenaga penjual agar lebih terampil dalam menjual Minyak Lovina. Dengan demikian, meskipun pengaruhnya tidak sebesar faktor lain, meningkatkan kemampuan penjual tetap merupakan langkah strategis yang dapat diambil oleh perusahaan CV Buana Mandiri Sejahtera.

Modal (X3)

Variabel modal ternyata memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat penjualan ($\beta = -0,111$; $p > 0,05$). Hal ini mengejutkan karena secara umum, modal diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi dan distribusi, yang pada gilirannya seharusnya meningkatkan penjualan. Namun, dalam konteks CV Buana Mandiri Sejahtera, modal tambahan mungkin tidak berkontribusi langsung pada peningkatan penjualan karena faktor lain seperti persaingan harga dan kondisi pasar lebih dominan.

Salah satu kemungkinan penyebab hasil ini adalah adanya pemborosan modal atau alokasi yang tidak tepat. CV Buana Mandiri Sejahtera mungkin perlu melakukan evaluasi terhadap penggunaan modal, misalnya, apakah dana yang ada digunakan untuk meningkatkan kapasitas distribusi, memperluas jaringan pemasaran, atau mengoptimalkan manajemen stok. Alokasi modal yang lebih strategis dan efisien dapat membantu perusahaan mengatasi tantangan pasar tanpa harus bergantung pada peningkatan modal yang besar.

Harga (X4)

Variabel harga menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan dan positif terhadap penjualan Minyak Lovina ($\beta = 0,513$; $p < 0,05$). Ini mengindikasikan bahwa penetapan harga yang tepat merupakan salah satu faktor kunci dalam meningkatkan penjualan. CV Buana Mandiri Sejahtera harus sangat memperhatikan harga jual Minyak Lovina di pasaran, terutama dalam menghadapi persaingan dari produk lain, seperti minyak subsidi yang muncul pada tahun 2023.

Harga yang kompetitif memungkinkan perusahaan menarik lebih banyak konsumen, terutama dari kalangan grosir dan semi-grosir yang sangat sensitif terhadap perubahan harga. Penurunan penjualan di tahun 2023 dapat dihubungkan dengan persaingan harga dari produk minyak subsidi. Oleh karena itu, CV Buana Mandiri perlu melakukan evaluasi harga secara berkala untuk memastikan bahwa Minyak Lovina tetap kompetitif di pasaran, sambil tetap mempertahankan kualitas produk.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis faktor dan regresi berganda yang dilakukan dalam penelitian, beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan minyak Lovina pada CV Buana Mandiri Sejahtera diidentifikasi.

- a. Hasil dari *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* test menunjukkan bahwa data memiliki kecukupan sampel yang sangat baik dengan nilai KMO sebesar 0,863. Ini mengindikasikan bahwa data cukup memadai untuk analisis faktor
- b. Hasil dari *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* menunjukkan bahwa satu komponen utama menjelaskan sebagian besar varians dalam data, yaitu sebesar 89,875%. Ini menunjukkan bahwa semua variabel berkontribusi signifikan pada satu faktor utama.
- c. Skala pengukuran menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,969. Semua item pada skala tersebut berkontribusi positif dan konsisten, menunjukkan bahwa instrumen pengukuran sangat andal.
- d. Semua variabel yang dianalisis (Kondisi Pasar, Kemampuan Penjual, Modal, Harga) memiliki korelasi positif yang kuat satu sama lain serta mempengaruhi tingkat penjualan minyak Lovina secara signifikan.
- e. Regresi linear berganda menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen (Kondisi Pasar, Kemampuan Penjual, Modal, Harga) dengan variabel dependen (Penjualan) dengan nilai R sebesar 0,943. Kondisi Pasar dan Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan, sementara Kemampuan Penjual dan Modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Saran

Untuk pengembangan dan peningkatan penjualan minyak lovina yang akan datang CV Buana Mandiri Sejahtera perlu memperbaiki dan diharapkan bisa memaksimalkan tantangan dalam penjualan minyak lovina sebagai berikut.

- a. Distributor sebaiknya fokus pada strategi untuk meningkatkan kondisi pasar, seperti meningkatkan permintaan dan mengurangi kompetisi, karena ini terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan.
- b. Mengingat harga memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan, distributor harus melakukan penetapan harga yang strategis dan bersaing untuk meningkatkan penjualan.
- c. Meskipun Kemampuan Penjual tidak signifikan pada tingkat 5%, ini tetap penting untuk diperhatikan. Program pelatihan dan pengembangan untuk penjual dapat membantu dalam meningkatkan efektivitas mereka.

- d. Modal tidak menunjukkan dampak signifikan terhadap penjualan dalam penelitian ini. Disarankan untuk mengevaluasi bagaimana modal digunakan dan mungkin fokus pada faktor lain yang lebih mempengaruhi penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahar, S. H. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Motor Scuter matic Yamaha Pada PT. Suracojaya Abadi Motor Makassar. *Skripsi*, 8. file:///C:/Users/HPTIM/Downloads/perilaku konsumen teori mikael.pdf
- Budiyanti, J. (2014). Analisa Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas PT. BPRS Amanah Ummah. *Journal Ekonomi Islam*, 5, 61. <https://www.jurnalfai-uikabogor.org/index.php/alinfaq/article/view/328/229>
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kwantan. *Valuta*, 2, 293. file:///C:/Users/HPTIM/Downloads/valuta,+Journal+manager,+10.+Eka+Komalasari.pdf
- Haryanto, A. T., Utami, D. P., & Hasanah, U. (2020). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Benih Padi Inpari 10 di Cv Sido Maju Kabupaten Kebumen. *SURYA AGRITAMA*, 9, 226. file:///C:/Users/HPTIM/Downloads/880-Article Text-1587-2-10-20210807.pdf
- Hayrani, K. (2019). Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Kerupuk Kemplang 999 Di Bukit Tembak Meral Kabupaten Karimun. *Skripsi*, 38. <https://repository.uir.ac.id/1807/1/157210657.pdf>
- Ishak, T. I. (2022). *Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pengelolaan Piutang Pada Emerald Hotel Timika*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan Timika.
- K., S. J. B. (2015). Analisis Bauran Pemasaran Pada PT Astra Honda Motor Timika Di Kabupaten Mimika. *Kripsi*, 49.
- Pramutoko, B. (2012). Analisa Penjualan Melalui Sistem Multilevel Marketing di Kota Kediri. *Jurnal Cendekia*, 10, 78. <https://publikasi.uniska-kediri.ac.id/data/cendekia/vol10no3sep2012/Cendekia-vol10no3Sep2012-08.Baju Pramutoko.pdf>
- Sambharakreshna, Y. (2009). Akuntansi Lingkungan Dan Akuntansi Manajemen Lingkungan : Suatu Komponen Dasar Strategi Bisnis. *Jurnal Infestasi*, vol 5, 11. file:///C:/Users/HPTIM/Downloads/1160-2638-1-SM rev mk.pdf
- Sarifudin, & Maya, R. (2019). Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor. *Journal Manajemen Pendidikan Islam*, 2, 146. <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/jmp/article/view/513/386>
- Setia, M. D. (2017). *Analisis tingkat Penjualan dan Persediaan Barang Dagang Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. Batam Jaya Sentosa*. 24. <http://repository.upbatam.ac.id/3811/1/cover s.d bab III.pdf>
- Siregar, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan CV Martabe Prima Lestari. *Kripsi*, 133. <https://etd.uinsyahada.ac.id/6975/1/1740200246.pdf>
- Sukirno, S. (2015). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar* (edisi keti). PT. Rajagrafindo Persada.
- Triana, E. (2019). Analisa Sistem Pendistribusian Produk Jadi di PT. Perkebunan Nusantara V Riau dengan menggunakan Metode SWOT. *Journal Inovasi Bisnis*, 221. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Triana%2C+E.+%282019%29 .+Analisa+Sistem+Pendistribusian+Produk+Jadi+di+PT.+Perkebunan+Nusantara+V+Riau+

dengan+Menggunakan+Metode+SWOT.+Inovbiz%2C+7%282%29%2C+220-225.&btnG=

Wicaksono, R. A. (2023). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minyak Goreng Di Perumahan PT Indolampung Perkasa.* 16.

file:///C:/Users/HPTIM/Downloads/SKRIPSI reverensi mikael 10.pdf