

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN STOCK PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. CAHAYA JAYA UTAMA JEMADI DI MEDAN

Ivandy Juhendra¹, M. Amri Nasution², Mierna Zulkarnain³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa, Indonesia

Email : ivandyjuhendra@gmail.com

Article History:

Received: 15 Mei 2025

Revised: 8 Juni 2025

Accepted: 17 Juni 2025

Keywords: Kelengkapan Produk, *Stock* Produk, Volume Penjualan

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kelengkapan Produk dan *Stock* Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi di Medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 80 responden. Pemilihan sampel menggunakan rumus *Slovin*. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder yang berupa angket menggunakan skala likert dalam pemilihan respon penilaian angket dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis uji T dan uji F dan determinasi (R^2). Berdasarkan hasil perhitungan kelengkapan produk terhadap *volume* penjualan melalui uji T dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 3,194

$> 1,990$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap *volume* penjualan pada PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi, atau H_0 ditolak dan H_a diterima. Selanjutnya pengaruh antara *stock* produk terhadap *volume* penjualan diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,869 > 1,990$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa *stock* produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *volume* penjualan pada PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi atau H_a diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan secara Uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $68,362 > 3,12$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kelengkapan produk dan *stock* produk berpengaruh signifikan terhadap *volume* penjualan. Kemudian berdasarkan hasil koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,630 atau 63%, hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan *stock* produk dari hasil uji R - Adjusted Square berpengaruh terhadap *volume* penjualan sebesar 63%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha yang semakin meningkat dan mulai ketat persaingannya, apalagi dibidang usaha yang sejenis. Banyak usaha yang bermunculan dan membuat pemilik usaha harus dapat menerapkan strategi pemasaran dan mengembangkan usahanya untuk menarik konsumen, perusahaan tersebut akan berusaha menguasai keseluruhan pasar dengan memanfaatkan peluang bisnis terutama bisnis usaha apotek. PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi merupakan suatu badan usaha yang bergerak dibidang kesehatan yang menyediakan fasilitas jasa kesehatan. Pemilik perusahaan mengungkapkan bahwa ditemukan beberapa masalah, seperti masih ada beberapa produk yang masih belum lengkap, dan stock produk yang masih sering kosong, sehingga berdampak pada volume penjualan perusahaannya. Selain kelengkapan produk, stock produk juga dianggap penting dalam melakukan usaha bisnis apotek. Stock produk atau biasa disebut juga dengan persediaan, yaitu barang - barang yang disimpan untuk dijual oleh perusahaan kepada konsumen. Persediaan merupakan komponen investasi terbesar dalam perusahaan dan menjadi aset yang sangat rentan terhadap potensi kerugian. Untuk mengetahui persediaan bisa dilakukan dengan beberapa contoh produk seperti Bicrolid 250mg tersedia sebanyak 120 tablet, sedangkan yang dibutuhkan perharinya sebanyak 180 tablet. Produk Zenirex yang tersedia 144 botol sedangkan yang dibutuhkan perharinya 240 botol. Adajuga produk yang sangat signifikan memiliki kekurangan stok, seperti Abotic dan Uperio 50mg persediaan kedua produk tersebut sampai kosong sedangkan yang dibutuhkan perharinya bisa sampai 10 botol dan 140 tablet. Ada juga yang memiliki kelebihan stok seperti produk Spironolactone 25mg, stok yang tersedia sampai 800 tablet sedangkan yang dibutuhkan perharinya hanya 500 tablet. Adapun identifikasi masalah penelitian ini adalah produk yang masih belum lengkap, persediaan (stock) produk yang masih harus dijaga agar tidak terjadinya kekosongan produk, dan volume penjualan masih belum sesuai harapan.

Kurniawan & Krismonita (2020:147), Kelengkapan produk yaitu berkait dengan intensitas, lebar kualitas produk ditoko. Penyediaan kelengkapan produk yang bagus bukan hanya bisa memikat minat pembeli, tetapi juga bisa mempengaruhi keputusan pembelian serta kemungkinan besar bisa menjadi pelanggan yang setia. Rahmawati (2022:37) mengemukakan, kelengkapan produk merupakan keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan layanan, letak toko, dan nama barang dagangannya. Konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu pengecer harus tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Kotler (2017:358)

mengungkapkan bahwa indikator dari kelengkapan produk meliputi:

1. Merek Produk, merupakan banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan.
2. Kelengkapan Produk, sejumlah kategori barang yang berbeda didalam toko atau departemen store. Toko dengan banyak jenis atau tipe produk barang yang dijual dapat dikatakan mempunyai banyak ragam kategori produk yang ditawarkan.
3. Ukuran Produk atau Keberagaman, sejumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai keragaman yang baik
4. Kualitas Produk, merupakan standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan, label, ketahanan suatu produk, jaminan, bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

Handoko (2019:336), perusahaan dapat mengoptimalkan peranan manajemen persediaan dengan mempertimbangkan biaya-biaya persediaan, diantaranya biaya penyimpanan, biaya pemesanan, biaya penyiapan, dan biaya kekurangan bahan (Handoko, 2019:336). Macias (2020:535-547), biaya-biaya tersebut tentunya dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam menjalankan manajemen persediaan. Jika dikelola dengan baik, biaya yang dikeluarkan menjadi ekonomis sehingga menjamin kelancaran operasional perusahaan. Sebaliknya, jika tidak dikelola dengan baik akan menimbulkan tingginya biaya yang dikeluarkan sehingga dapat mengganggu kegiatan operasional perusahaan (Macias, 2020:535-547). Arifin (2018:43) yang termasuk indikator persediaan produk adalah :

1. Sistem komputerisasi, dengan komputerisasi dimungkinkan pencatatan persediaan, pengurangan, dan pengolahan dilakukan dengan cepat
2. Sistem just in time, pada prinsipnya metode ini hanya mensinkronkan kecepatan bagian produksi dengan bagian pengiriman.
3. Out Sourcing Alternative lain dalam pengendalian persediaan ini adalah dengan cara membeli dari pihak luar. Dengan cara ini maka perusahaan tidak perlu harus memproduksi sendiri kualitas input yang diperlukan dalam proses produksi
4. Sistem pengendalian ABC Metode ini mengasumsikan bahwa pemakaian persediaan relatif konstan. Metode ABC pada prinsipnya memperhatikan faktor harga atau nilai persediaan frekuensi pemakaian, risiko kehabisan barang dan lead time.
5. Material Requirement Planning (MRP), pada hakikatnya merupakan sistem informasi yang berbasis komputer untuk penjadwalan produksi dan pembelian item produksi.

Volume Penjualan

Schiffman dan Kanuk (2018:118) volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee).

Pengertian volume penjualan dikemukakan oleh Rangkuti (2018:207) bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turun nya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter. Kotler dan Armstrong (2016:3) “Ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan, antara lain :

1. Kondisi dan Kemungkinan Penjual, memahami sejumlah detail penting tentang barang yang akan dipasarkan termasuk jumlah dan variasi ,jenis dan fitur produk, atau layanan yang disediakan, biaya produk, pengiriman dan pembayaran.
2. Dinamika Pasar, pasar itu sendiri mempengaruhi aktivitas ketika sekelompok pembeli dan penjual terlibat dalam penjualan. Jenis pasar, kelompok pembeli, serta permintaan dan preferensi pelanggan itu sendiri, semuanya berdampak pada kondisi pasar.
3. Modal, modal atau keuangan itu sendiri dibutuhkan untuk mengirim barang, mengangkut barang dan mengembangkan bisnis. Dalam justifikasi ini, modal kerja perusahaan digunakan untuk mencapai tujuan penjualan yang direncanakan.
4. Kondisi Organisasi Perusahaan, penjual profesional biasanya menangani masalah penjualan bisnis besar.
5. Faktor - Faktor Lain, penjualan sering dipengaruhi oleh faktor tambahan termasuk iklan produk, demo produk, promosi produk, variasi produk, dan hadiah karena elemen ini meningkatkan kemungkinan pelanggan akan membeli kembali produk tersebut.

METODE

Penelitian ini dilakukan di PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi (Apotek Jemadi Natural) yang beralamat di Jl. Jemadi No. 8 Kel. Pulo Brayan Darat II Kec. Medan Timur kode pos (20239). Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 orang konsumen. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan sumber data yang penelitian ini, menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data adalah wawancara, kuesioner, observasi. Teknik analisis data adalah uji validitasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas),

regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t, uji f, uji koefisien determinasi, dan yang relevan).

Penelitian ini berlokasi di Kelurahan Sidorame Timur Medan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari uji validitas dan realibilitas dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk(X1)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
X _{1.1}	0,776	0,219	Valid
X _{1.2}	0,780	0,219	Valid
X _{1.3}	0,797	0,219	Valid
X _{1.4}	0,801	0,219	Valid
X _{1.5}	0,766	0,219	Valid
X _{1.6}	0,823	0,219	Valid
X _{1.7}	0,822	0,219	Valid
X _{1.8}	0,724	0,219	Valid
X _{1.9}	0,644	0,219	Valid

Sumber : Data Diolah (2024)

Dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden dan dengan nilai *Alpha* 0,05 serta $df = N - 2 = 80 - 2 = 78$. Maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,219. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari X_{1.1} sampai X_{1.9} dari variabel kelengkapan produk dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} .

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Stock produk (X2)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
X _{2.1}	0,719	0,219	Valid
X _{2.2}	0,713	0,219	Valid
X _{2.3}	0,735	0,219	Valid
X _{2.4}	0,666	0,219	Valid
X _{2.5}	0,710	0,219	Valid
X _{2.6}	0,774	0,219	Valid
X _{2.7}	0,827	0,219	Valid
X _{2.8}	0,777	0,219	Valid
X _{2.9}	0,801	0,219	Valid

Sumber : Data Diolah (2024)

Dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden dan dengan nilai *Alpha* 0,05 serta $df = N - 2 = 80 - 2 = 78$. Maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,219. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari

$X_{1,1}$ sampai $X_{1,9}$ dari variabel *stock* produk dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
$Y_{1,1}$	0,677	0,219	Valid
$Y_{1,2}$	0,724	0,219	Valid
$Y_{1,3}$	0,817	0,219	Valid
$Y_{1,4}$	0,816	0,219	Valid
$Y_{1,5}$	0,733	0,219	Valid
$Y_{1,6}$	0,709	0,219	Valid
$Y_{1,7}$	0,861	0,219	Valid
$Y_{1,8}$	0,774	0,219	Valid
$Y_{1,9}$	0,832	0,219	Valid
$Y_{1,9}$	0,832	0,219	Valid

Sumber : Data Diolah (2024)

Dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden dan dengan nilai *Alpha* 0,05 serta $df = N - 2 = 80 - 2 = 78$. Maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,219. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari $X_{1,1}$ sampai $X_{1,9}$ dari variabel volume penjualan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Alpha	Batas Kritis	Kesimpulan
Kelengkapan Produk	0,913	0,6	Reliable
<i>Stock</i> produk	0,906	0,6	Reliable
Volume Penjualan	0,911	0,6	Reliable

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan output yang diperoleh dari tabel di atas, menunjukkan bahwa kelengkapan produk (0,913), *stock* produk (0,906), volume penjualan (0,911) $> 0,60$. Maka variabel – variabel tersebut bisa dikatakan reliabel.

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.33813172
Most Extreme Differences	Absolute	.187
	Positive	.115
	Negative	-.187
Test Statistic		.187
Asymp. Sig. (2-tailed)		.182 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Diolah (2024)

Jika nilai *Asymp. Sig.* lebih besar dari 0,05 , maka bisa disimpulkan yakni residual menyebar normal begitupun sebaliknya. Dengan hasil sebesar 0,182 yang dapat diartikan yakni terdistribusi normal.

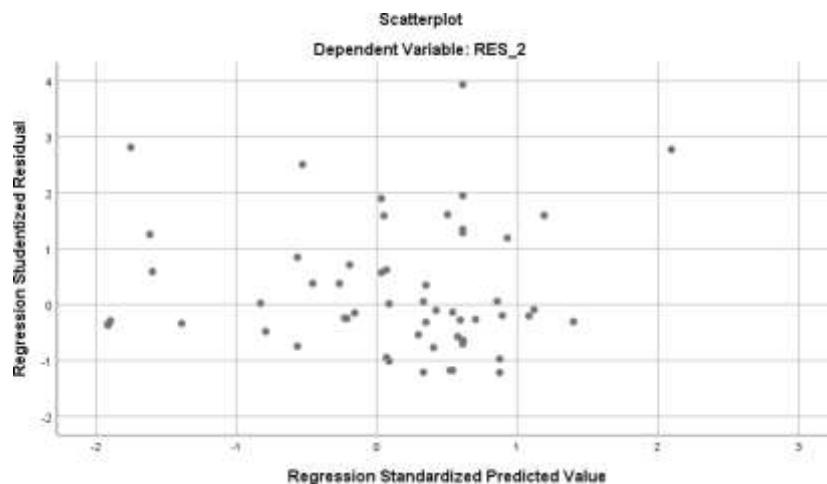
Tabel 6
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.371	2.996		1.459	.149		
1 KELENGKAPAN PRODUK	.363	.114	.337	3.194	.002	.421	2.375
STOCK PRODUK	.545	.112	.513	4.869	.000	.421	2.375

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber : Data Diolah (2024)

Hasil dari uji multikolinieritas pada tabel tersebut untuk nilai *tolerance* sebesar 0,421 dan nilai *VIF* sebesar 2,375. Maka dari itu, dinyatakan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas.



Gambar 1

Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas grafik *scatterplot* menunjukkan yakni, titik – titik meluas secara acak serta tersebar baik tidak membuat pola yang jelas atau teratur, secara tersebar yang di atas ataupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, oleh karena itu tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Tabel 7
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.371	2.996		1.459	.149
KELENGKAPAN PRODUK	.363	.114	.337	3.194	.002
STOCK PRODUK	.545	.112	.513	4.869	.000

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber : Data Diolah (2024)

Dari persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk 0,363 artinya apabila variabel kelengkapan produk ditingkatkan 100% maka nilai variabel penjualan akan bertambah sebanyak 363,3% dengan anggapan variabel independen yang lain nilainya tetap.

Tabel 8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.371	2.996		1.459	.149
KELENGKAPAN PRODUK	.363	.114	.337	3.194	.002
STOCK PRODUK	.545	.112	.513	4.869	.000

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber : Data Diolah (2024)

Nilai t_{hitung} 3,194 > t_{tabel} 1,990 dan memiliki angka yang relevan sebesar $0,002 < 0,05$ Maka di dapat hasil variabel kelengkapan produk (X_1) adanya pengaruh positif kelengkapan produk (X_1) terhadap volume penjualan (Y). Berarti H_a diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 9
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	766.868	2	383.434	68.362	.000 ^b
Residual	431.882	77	5.609		
Total	1198.750	79			

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

b. Predictors: (Constant), *STOCK* PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK

b. Predictors: (Constant), *STOCK* PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK

Sumber : Data Diolah (2024)

Sesuai dengan tabel diatas, bisa diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $68,362 > 3,12$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. maka H_3 diterima, yang dimana kelengkapan produk (X_1) dan *stock* produk (X_2) ada pengaruh terhadap *volume* penjualan (Y).

Tabel 10
Hasil Uji Determinais
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.640	.630	2.36830

a. Predictors: (Constant), *STOCK* PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK

Sumber : Data Diolah (2024)

Dari hasil pengolahan diatas terlihat yakni nilai koefisien korelasi nilai *Adjusted R-square* adalah 0,630 atau 63%. Hal ini berarti kelengkapan produk dan *stock* produk secara bersama-sama mempunyai berpengaruh sebesar 63% terhadap *volume* penjualan, sedangkan sisanya 37% terpengaruh oleh faktor – faktor lainnya yang tidak diselidiki dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kelengkapan produk (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan (Y). Dengan thitung sebesar 3,194 yang lebih besar dari ttabel 1,990 dan signifikansi 0,002 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Penelitian ini mengindikasikan bahwa produk yang lengkap sangat memengaruhi penjualan, seperti obat batuk Zenirex sirup racikan dan obat sesak Glisend racikan. Meskipun demikian, PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi menghadapi kendala kurangnya variasi produk yang ditawarkan. Hal ini disebabkan oleh adanya produk serupa yang tersedia, sehingga perusahaan cenderung tidak menyediakan banyak variasi yang sejenis. Kurangnya variasi produk dapat menghambat peningkatan volume penjualan, yang berdampak pada pencapaian tujuan perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini, PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi perlu meningkatkan kelengkapan dan variasi produk yang ditawarkan. Dengan melakukan diversifikasi produk, perusahaan dapat menarik lebih banyak konsumen dan mengurangi kemungkinan konsumen beralih

ke apotek lain. Dengan langkah ini, diharapkan volume penjualan perusahaan dapat meningkat dan mendukung keberhasilan jangka panjangnya.

2. Pengaruh *Stock* Produk Terhadap Volume Penjualan pada PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara stock produk (X_2) dan volume penjualan (Y). Diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,869 jauh lebih besar dibandingkan t_{tabel} yang hanya 1,990, serta taraf signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, menandakan bahwa peningkatan stock produk berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan volume penjualan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengambil kesimpulan bahwa pengelolaan stock yang efektif sangat penting untuk mendukung pencapaian target penjualan. Selanjutnya, hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien korelasi untuk stock produk (X_2) adalah 0,545. Ini mengindikasikan adanya hubungan yang cukup kuat antara stock produk dan volume penjualan, di mana semakin banyak stock yang tersedia, semakin tinggi pula volume penjualan yang dapat dihasilkan. Oleh karena itu, penting bagi PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi untuk secara konsisten memonitor dan mengendalikan stock produk yang ada. Dengan pengelolaan stock yang baik, perusahaan dapat memastikan bahwa produk tersedia sesuai permintaan pasar, yang pada gilirannya akan memaksimalkan potensi penjualan dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

3. Pengaruh Kelengkapan Produk dan *Stock* Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi

Hasil analisis simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 68,362 jauh lebih besar dibandingkan F_{tabel} yang hanya 3,12, dengan taraf signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kelengkapan produk dan stok produk memiliki pengaruh signifikan secara bersamaan terhadap volume penjualan di PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,630, yang berarti bahwa 63% dari variabilitas volume penjualan dapat dijelaskan oleh kelengkapan dan stok produk, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Meskipun kelengkapan dan stok produk merupakan faktor penting untuk meningkatkan volume penjualan, PT. Cahaya Jaya Utama Jemadi masih menghadapi tantangan dalam hal ini. Variasi produk yang kurang dan pengelolaan stok yang tidak optimal menjadi masalah utama yang menghambat pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya perhatian dan perbaikan dalam manajemen kelengkapan dan stok produk agar perusahaan dapat lebih efektif dalam meningkatkan volume penjualan dan mencapai target yang diinginkan.

KESIMPULAN

1. Sesuai dengan hasil perhitungan uji T dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,194 > 1,990$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$, maka bisa disimpulkan yakni kelengkapan produk berpengaruh terhadap *volume* penjualan.
2. Sesuai dengan hasil perhitungan uji T dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,869 > 1,990$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan yakni *stock* produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *volume* penjualan.
3. Sesuai dengan hasil perhitungan uji F diketahui yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $68,362 > 3,12$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Hal ini menyatakan yaitu variabel kelengkapan produk dan *stock* produk berpengaruh sangat signifikan terhadap *volume* penjualan. Hasil perhitungan berdasarkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,630 atau 63%. Hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan *stock* produk dari hasil uji R - Adjusted Square berpengaruh terhadap *volume* penjualan sebesar 63%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Amstrong, Gary. Kotler, Philip (2016) *Marketing an Introduction*. New Jersey: Pearson
- Arifin, A. Z. 2018. *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta : Zahir Publishing
- Assauri, Sofian. (2014). *Manajemen produksi dan operasi*. Jakarta: BPFE Universitas Indonesia.
- Eddy Herjanto (2010). *Manajemen Operasi*, ed:revisi, Gramedia: Jakarta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Handoko, T. H. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta BPFE
- (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi (1st ed.)*. Yogyakarta: BPFE.
- Husein, Umar. (2014) *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kotler. (2017) *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta
- Meyliawati, M., & Suprianto, E. (2016). *Tinjauan Sistem Prosedur Pengeluaran Material C212 di gudang Manajemen Persediaan PT X*. INDPT, 6(1), 17 23.
- Mulyadi (2015). *Akuntansi Biaya, Edisi Lima*. UPP STIM KPN: Yogyakarta
- Priyatno, Duwi. (2022). *“Olah data Sendiri Analisis regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Data Panel Dengan EvIEWS”*. Yogyakarta: Cahaya Harapan.
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang marketing???(Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Samarinda: Mulawarman University Press.

-
- Rangkuti. Rahmi (2018). *Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Rotan*.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2018. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Swasta, Basu. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Gramedia.
- Abdul, F. W. (2018). *Lean Manufacturing Implementation in Inventory Control as a Repair Process*. *Jurnal Logistik Indonesia*, 2(1), 31–36.
- Heizer, Jay and Render Barry, (2015), *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. XI, 145–154. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/112>
- Learns, M & Nainggolan, N. P. (2021) *Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt International Hardware Indo di Kota Batam*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 3 No. 3. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/3021
- Macias, R. G. (2020). *Inventory Management and Logistics Optimization: A Data Mining Practical Approach*. *Scientific Journal of Logistics*, 16(4), 535–547..
- Radasanu, A. C. (2016). *Inventory Management, Service Level and Safety Stock*. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 9(1), 145–153.