

## **HUBUNGAN FAKTOR INDIVIDU TERHADAP PENINGKATAN OMZET PADA TOKO BANGUNAN SINAR ABADI SORONG**

**ADELMA SUSANA LAISINA<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sorong, Sorong Papua Barat Daya*

*adellaisina10@gmail.com*

**direvisi: Januari 2026 dipublikasikan: Januari 2026**

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan faktor individu terhadap peningkatan omzet pada Toko Sinar Abadi Sorong. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data adalah analisis regresi linier sederhana, uji asumsi klasik dan analisis koefisien determinasi. Dengan demikian data yang diperoleh dari hasil analisis bahwa hubungan faktor individu terhadap peningkatan omzet sangat berpengaruh. Hal ini di buktikan berdasarkan hasil uji linearitas pada faktor individu diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang diperoleh  $< 0,05$ . Berdasarkan kriteria pengujian dengan probabilitas dengan taraf nilai signifikansi 0,05 (5%) dapat dikatakan bahwa kedua variabel antara variabel  $x$  dan  $y$  memiliki hubungan dalam bentuk linear.

**Kata Kunci: :** Faktor Individu; Peningkatan Omzet

**Abstract.** This study aims to determine how the relationship of individual factors to the increase in turnover at Sinar Abadi Stores, Sorong. This study uses a quantitative approach with data analysis techniques are simple linear regression analysis, classical assumption test and analysis of the coefficient of determination. Thus the data obtained from the analysis that the relationship of individual factors to the increase in turnover is very influential. This is proven based on the results of the linearity test on individual factors, a significance value of 0.000 is obtained. The significance value obtained is  $< 0.05$ . Based on the test criteria with probability with a significance level of 0.05 (5%) it can be said that the two variables between the variables  $x$  and  $y$  have a linear relationship.

**Keywords:** Individual Factors, Increase in Turnover

## **Pendahuluan**

Perkembangan penjualan, termasuk usaha toko bangunan, menunjukkan persaingan yang semakin ketat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan dan renovasi. Dalam kondisi tersebut, kemampuan usaha untuk meningkatkan omzet menjadi indikator utama keberhasilan bisnis. Omzet mencerminkan total nilai penjualan yang diperoleh dalam periode tertentu dan menjadi ukuran kinerja pemasaran suatu usaha (Kotler & Keller, 2016). Bagi usaha seperti Toko Bangunan Sinar Abadi Sorong, peningkatan omzet sangat dipengaruhi oleh perilaku dan keputusan pembelian konsumen.

Dalam kajian pemasaran, perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Schiffman & Kanuk, 2014). Keputusan pembelian konsumen tidak terjadi secara acak, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam diri konsumen itu sendiri maupun dari lingkungan sekitarnya. Salah satu faktor yang memiliki peran penting adalah faktor individu konsumen, yang meliputi motivasi, persepsi, pengalaman, sikap, dan preferensi pribadi (Kotler & Armstrong, 2018).

Faktor individu konsumen berperan besar dalam membentuk persepsi nilai terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh suatu toko. Konsumen dengan motivasi tinggi dan persepsi positif terhadap kualitas produk serta pelayanan cenderung memiliki kecenderungan membeli yang lebih besar dan melakukan pembelian ulang (Solomon, 2017). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor psikologis dan personal konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan dan omzet usaha ritel (Rangkuti, 2019).

Dalam konteks penjualan bahan bangunan, karakteristik individu konsumen seperti kebutuhan spesifik terhadap material bangunan, pengalaman berbelanja sebelumnya, tingkat pengetahuan produk, serta preferensi terhadap pelayanan menjadi faktor yang menentukan keputusan pembelian. Konsumen yang merasa kebutuhannya terpenuhi dan memperoleh pengalaman belanja yang memuaskan cenderung meningkatkan volume pembelian dan loyalitas terhadap toko tertentu (Tjiptono & Diana, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap faktor individu konsumen sangat penting bagi pengelola toko bangunan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Beberapa penelitian empiris membuktikan bahwa faktor individu konsumen berhubungan positif dengan peningkatan omzet usaha. Studi oleh Aditya dan Simanjuntak (2023) menemukan bahwa motivasi dan persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di sektor ritel, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan penjualan. Penelitian lain oleh Hasrun et al. (2024) juga menegaskan bahwa faktor internal konsumen seperti kebutuhan dan preferensi berkontribusi terhadap intensitas pembelian dan pertumbuhan omzet usaha.

Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan faktor individu konsumen terhadap peningkatan omzet pada usaha toko bangunan, khususnya di wilayah Papua Barat Daya, masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik konsumen di daerah tersebut memiliki

keunikan tersendiri yang dapat memengaruhi pola pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana faktor individu konsumen berhubungan dengan peningkatan omzet pada Toko Bangunan Sinar Abadi Sorong.

## Metode Penelitian

### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Toko Bangunan Sinar Abadi Sorong yaitu berjumlah sebanyak 50 orang.

### 2. Sampel

jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 44,4 sampel responden.

### 3. Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif penelitian ini berupa kuesioner pada konsumen di Toko Bangunan Sinar Abadi Sorong yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

### 4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Karakteristik responden diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, Status Pekerjaan, pendidikan dan usia. Berikut disajikan hasil penelitian dari identifikasi responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Percent
1	Laki-laki	21	48%
2	Perempuan	23	52%
TOTAL		44	100%

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan	Banyak	Persen
1	SMA	17	39%
2	S1	23	52,3%
3	PascaSarjana	3	7%
4	Diploma	1	2%
TOTAL		44	100

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah	Persen
1	20-25	24	55%
2	26-30	8	18%
3	31-35	8	18%
4	36-40	2	5%
5	41-45	2	5%
Total		44	100%

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Banyak	Persen
1	SMA	17	39%
2	S1	23	52,3%
3	PascaSarjana	3	7%
4	Diploma	1	2%
TOTAL		44	100

## 2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner tersebut adalah korelasi produk moment atau menggunakan bevariate pearson.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Faktor Individu (X)	FI1	382	0,297	Valid
	FI2	490	0,297	Valid
	FI3	425	0,297	Valid
	FI4	463	0,297	Valid
	FI5	350	0,297	Valid
	FI6	463	0,297	Valid
	FI7	520	0,297	Valid
	FI8	318	0,297	Valid
	FI9	501	0,297	Valid
	FI10	425	0,297	Valid
	FI11	481	0,297	Valid

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
	FI112	514	0,297	<i>Valid</i>
Peningkatan Omzet (Y)	PO1	523	0,297	<i>Valid</i>
	PO2	630	0,297	<i>Valid</i>
	PO3	403	0,297	<i>Valid</i>
	PO4	398	0,297	<i>Valid</i>
	PO5	548	0,297	<i>Valid</i>
	PO6	417	0,297	<i>Valid</i>
	PO7	495	0,297	<i>Valid</i>
	PO8	495	0,297	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa terdapat 2 variabel yang telah diuji pada pengujian validitas sebanyak 20 butir pernyataan dengan variabel X memiliki 12 butir pertanyaan variabel Y memiliki butir 8 pernyataan. Dari hasil pengujian tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $R_{hitung}$  lebih besar daripada  $R_{tabel}$  yakni 0,297. Maka data diatas dapat dikatakan valid.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbah's Alpha	Role of Thumb	Keterangan
X	0,804	0,60	<i>Reliebel</i>
Y	0,798	0,60	<i>Reliebel</i>

Berdasarkan tabel hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa terdapat 2 variabel yang menjadi bahan pengujian reliabilitas. Dari kedua variabel yang diteliti, diketahui bahwa nilai cronbach alpha pada variabel X sebesar 0,804 dan pada variabel Y sebesar 0,798. Dari hasil nilai cronbach alpha pada masing-masing variabel ternyata memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari r tabel (role of thumb) yakni 0,60 maka data diatas dapat dinyatakan *reliable*.

#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data. Jenis uji normalitas yang akan digunakan adalah Metode Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Hasil Pengujian Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.13085998
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		.702
Asymp. Sig. (2-tailed)		.709

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp.sig sebesar 0,709 dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data diatas berdistribusi normal.

#### 5. Uji Linieritas

Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Adapun ringkasan hasil uji linearitas dan keberartian regresi linear yang dilakukan menggunakan alat bantu program SPSS versi 20.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Pengujian Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Omzet* Faktor Individu	Between Groups	(Combined)	131.050	11	11.914	2.596	.017
		Linearity	82.665	1	82.665	18.012	.000
		Deviation from Linearity	48.385	10	4.838	1.054	.424
	Within Groups		146.860	32	4.589		
Total			277.909	43			

Berdasarkan tabel diatas hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa dari hasil uji linearitas pada faktor individu diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang diperoleh < 0,05. Berdasarkan kriteria pengujian dengan probabilitas dengan taraf nilai signifikansi 0,05 (5%) dapat dikatakan bahwa kedua variabel antara variabel x dan y memiliki hubungan dalam bentuk linear.

#### 6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan yang lain. Beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi, namun pada penelitian ini menggunakan uji Glejser.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,759	2,607		-,291	,772
	Faktor Individu	,048	,050	,149	,978	,334

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan tabel hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa pada pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji glejser diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,334 > 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa data diatas tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### 7. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan regresi sederhana dimana akan diuji secara empirik untuk mencari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, atau untuk mengukur besarnya pengaruh variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Hasil uji linier sederhana dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 10. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,153	4,965		2,851	,007
	Faktor Individu	,398	,094	,545	4,217	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Omzet

Berdasarkan tabel pengujian diatas, dapat diketahui nilai *constant*a sebesar 14,153 dan nilai B pada variabel X sebesar 0,398. Dari data yang diperoleh diatas dapat dikembangkan dengan menggunakan model persamaan regresi linear sederhana yaitu Peningkatan Omzet ( $Y$ ) =  $\alpha$  + B Faktor Individu ( $X$ ).

Apabila data diatas disubstitusikan pada persamaan diatas, maka dapat diperoleh nilai yakni  $Y = 14,153 + 0,398X$ .

### 8. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel pertumbuhan laba. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel independen penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel pertumbuhan laba. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 11. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,545 <sup>a</sup>	,297	,281	2,156

a. Predictors: (Constant), Faktor Individu

b. Dependent Variable: Peningkatan Omzet

Berdasarkan tabel pengujian diatas, dapat diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,545, nilai R Square sebesar 0,297 dan nilai Adjusted R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,281.

Hal ini berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat sebesar 54,5%. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel sangat kuat.

Besarnya nilai Adjusted R Square ( $R^2$ ) adalah 0,281. Hal ini berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasinya pada perubahan variabel dependen sebesar 28,1%. Sedangkan sisanya sebesar 71,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 9. Uji Hipotesis

### Uji hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas atau *p-value* (sig-t) dengan taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima, dan sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari 0,05 maka  $H_a$  ditolak. Hasil uji signifikansi parameter individual (uji statistic t) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 12. Hasil Pengujian Hipotesis

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,153	4,965		2,851	,007
	Faktor Individu	,398	,094	,545	4,217	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Omzet

Berdasarkan tabel pengujian diatas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor individu (X) diperoleh nilai *constant* sebesar 14,153, nilai koefisien X sebesar 0,398, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,217 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Pada pengujian hipotesis yang dilihat pada nilai signifikansi yang diperoleh 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dikatakan bahwa  $H_a$  diterima

yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan variabel faktor individu (X) terhadap peningkatan omzet (Y).

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diketahui bahwa hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan faktor individu secara parsial terhadap peningkatan omzet di Toko Bangunan Sinar Abadi Sorong dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,217 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Hasil pengujian hipotesis sejalan dengan hasil pengujian dari penelitian relevan yang mendukung adanya pengaruh positif dan signifikan faktor individu terhadap peningkatan omzet pada Toko Bangunan Sinar Abadi Sorong. Hasil penelitian pada pengujian hipotesis juga menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara variabel faktor individu terhadap peningkatan omzet pada Toko Bangunan Sinar Abadi Sorong.

## **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian pada toko bangunan Sinar Abadi Sorong bahwa dari hasil penelitian diketahui bahwa hubungan faktor individu terhadap peningkatan omzet sangat berpengaruh. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji linearitas pada faktor individu diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang diperoleh  $< 0,05$ . Berdasarkan kriteria pengujian dengan probabilitas dengan taraf nilai signifikansi 0,05 (5%) dapat dikatakan bahwa kedua variabel antara variabel x dan y memiliki hubungan dalam bentuk linear.

## **Daftar Pustaka**

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aditya, R., & Simanjuntak, M. (2023). Faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada ritel modern. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 85–97.
- An, A. R. (2012). *Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian motor matic Yamaha (Study kasus pada PT. Tunas Kencana Deta)*. Bandung: PT. Kencana Deta.
- Aprilia, L. (2016). *Pengaruh Faktor Individu dan sosial terhadap pengguna mobile messenger di kota Bandung*. Bandung.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Engel, J. F. (2000). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Febriana, I. (2011). *Pengaruh Persaingan dan Pangsa Pasar terhadap kemampuan Pengrajin Sepatu Cibaduyut*. Bandung: FPEB Universitas Indonesia.

- Ghozal, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* . Semarang: Universitas DiPonegoro.
- Hartono. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan dengan menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian Jurusan Manajemen. *Jurnal (Online)*.
- Hasrun, A., Rahman, S., & Putri, D. A. (2024). Analisis faktor internal konsumen terhadap keputusan pembelian produk ritel. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–56.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial* . Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Imam, G. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* . Semarang: Universitas DiPonegoro.
- Johnson, S. (2016). *Exploring Corporate Strategy-Text and cases*. Hemel Hempstead: Prentice Hall.
- Keller, K. P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2019). Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson Education.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset.