

## ABSTRAK

Persaingan bisnis telepon genggam (handphone) akhir-akhir ini semakin marak, hal ini ditandai dengan banyaknya toko/dealer yang terus berdiri terutama di WTC Surabaya. Toko/dealer yang di WTC biasanya menggunakan tenaga wiraniaga serta bekerja sama dengan makelar dalam mencari calon pembeli. Wiraniaga dan makelar akan mendapat komisi apabila membawa konsumen ke UD "X" dan terjadi transaksi penjualan.

Penulis disini tertarik melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan handphone pada UD "X" di WTC Surabaya, yang antara lain meliputi faktor wiraniaga dan makelar. Selain itu penelitian ini juga berguna untuk mengetahui faktor mana yang dominan mempengaruhi volume penjualan handphone.

Hasil penelitian dan pembahasan data yang diperoleh dari UD "X" dengan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel tidak terikat dengan variabel terikat, terbukti dengan nilai F hitung (760,181) > F tabel (4,26). Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 99,4%, sehingga dari data yang ada menunjukkan bahwa kedua variabel tidak terikat yaitu wiraniaga ( $X_1$ ) dan makelar ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan (Y) sedangkan sisanya 0,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Ini berarti hipotesis penelitian pertama terbukti.

Hasil perhitungan secara parsial variabel wiraniaga ( $X_1$ ) berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan handphone pada UD "X" dengan nilai t hitung 4,479 > t tabel 2,262. Sedangkan variabel makelar ( $X_2$ ) berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan handphone pada UD "X" dengan nilai t hitung 2,589 > t tabel 2,262. Dari kedua variabel tidak terikat yaitu wiraniaga ( $X_1$ ) dan makelar ( $X_2$ ), yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap volume penjualan handphone UD "X" adalah variabel wiraniaga ( $X_1$ ) dengan nilai t hitung sebesar 4,479, ini berarti hipotesis penelitian kedua terbukti. Dimana faktor wiraniaga mempunyai pengaruh yang dominan terhadap volume penjualan handphone UD "X" di WTC Surabaya.

Pengamatan dilapangan menunjukkan bahwa peran dari wiraniaga dan makelar cukup besar, tetapi peran dari wiraniaga lebih besar daripada makelar karena wiraniaga didukung penuh dari toko dan setiap minggunya diberikan arahan-arahan/motivasi dari pemilik toko dalam mencari konsumen. Faktor lain yang membuat wiraniaga lebih dominan karena konsumen sekarang lebih senang membeli handphone ditoko daripada di makelar karena ada jaminan tentang produk serta pelayanan yang dapat dilakukan setiap hari.