D . 6998 .

Pk
658.81
Feb
P

LAPORAN TUGAS AKHIR

"PENGARUH KUALITAS JASA DAN TARGET KEY PERFORMANCE INDICATOR TERHADAP PENJUALAN PT CX MOBILINDO"

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Diploma IV Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Disusun Oleh:

GITA FEBRIANA

NIM : 1814023

POLITEKNIK STMI JAKARTA

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPÚBLIK INDONESIA

JAKARTA

2018

DATA BUKU PERPUSTAKAAN

Tgl Terima	1/11 22
No Induk Buku	1148/ABO/SB/TA/22

SUMBANGAN ALUMNI

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

Oleh :

Gita Febriana

Nim : 181423

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Politeknik STMI Jakarta

Laporan Tugas Akhir ini telah diterima, disetujui, dan disahkan menjadi syarat menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir.

Disetujui oleh :

Ketua Prodi Administrasi Bisnis Otomotif	Dosen Pembimbing Tugas Akhir
Drs. Mulyono MM	**Drs. Marison Sitorus MM**
NIP : 19570321198431005	**NIP : 196306201989031003**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA DAN TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN PT CX MOBILINDO

DISUSUN OLEH

NAMA	: GITA FEBRIANA
NIM	: 1814023
PROGRAM STUDI	: ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah Diuji Oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif Politeknik STMI Jakarta pada hari Selasa tanggal 18 September 2018.

Jakarta, 18 September 2018

Penguji 1

Drs. Ubaldus Upa, M.S

NIP : 195504121986031003

Penguji 2

Drs. Marison Sitorus, MM

NIP : 196306201989031003

Penguji 3

Pasti Immanuel Bangun, SE, MM

NIP : 195806111987031002

Penguji 4

Yulius Jatmiko Nuryatno. SE, MM

NIP : 198607262014021001

Kementerian Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

POLITEKNIK STMI JAKARTA

d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

Jl. Letjen Suprapto No. 26 Cempaka Putih, Jakarta 10510
Telp: (021) 42886064 Fax: (021) 42888206
www.stmi.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TA

Nama : Gita Febriana
NIM : 1814023
Judul TA : Pengaruh kualitas jasa dan Target key performance indicator terhadap penjualan PT CX mobilindo.

Pembimbing : Drs. Marison Siahaan M.M.

Tanggal	Bab	Keterangan	Paraf
23 Juli 2018	Judul	Diskusi judul dan konsep TA	
25 Juli 2018	Bab I	Pembahasan Bab I	
30 Juli 2018	I, II, III	Revisi Bab I, submit bab II & III	
03 Agustus 2018	II III	Revisi bab II & III	
8 Agustus 2018	IV	Pembahasan Bab IV	
13 Agustus 2018	IV	Pembahasan Bab IV	
15 Agt 2018	V	Bab 5	
16 Agt 2018	VI	Bab 6	

Mengetahui,
Ka Prodi Administrasi Bisnis Otomotif

NIP :

Pembimbing

Drs. Marison M.M

NIP :

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Gita Febriana
Tempat, Tanggal Lahir	: Temanggung, 11 Februari 1995
Program Studi	: Administrasi Bisnis Otomotif
NIM	: 1814023

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interprestasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya, adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Politeknik STMI maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Jakarta, Agustus 2018

Yang Membuat Pernyataan,

Gita Febriana

NIM : 1804023

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS JASA DAN TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN PT CX MOBILINDO

Perusahaan PT CX Mobilindo menjual jasa layanan servis mobil, dimana penjualan tersebut dari tahun 2016 sampai tahun 2018 mengalami penurunan, diduga akibat dari kualitas jasa dan target KPI. Untuk mengetahui lebih lanjut saya melakukan penelitian untuk mencari pengaruh kualitas jasa dan target KPI terhadap penjualan PT CX MObilindo. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa dan target KPI terhadap penjualan secara parsial dan simultan. Penelitian ini mengunakan analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen PT CX Mobilindo. Sampel yang digunakan sebanyak 125 responden. Pengujian dilakukan dengan tiga tahap yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan linier bergandanya adalah $Y = 0.272 + 0.835\ X_1 + 0.091\ X_2 + e$ serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,818 atau 81.8% dan sisanya 12.2% dipengaruhi oleh variabel lain. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa Kualitas Jasa berpengaruh terhadap penjualan sedangkan Target Kpi tidak berpengaruh terhadap penjualan, sedangkan pengujian secara simultan kualitas jasa dan target KPI berpengaruh signifikan terhadap penjualan. PT CX Mobilindo sebaiknya benar-benar memperhatikan kualitas jasa dan target KPI, karena kedua variabel tersebut sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Kata Kunci : Kualitas Jasa, Target KPI, Penjualan

ABSTRACK

PENGARUH KUALITAS JASA DAN TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN PT CX MOBILINDO

PT CX Mobilindo sells car service, where its sales from 2016 until 2018 alwasy decreasing, i thought it was because of Service Quality and KPI Targets. To know more about it, i did research to know influence of Service Quality and KPI Targets to PT CX Mobilindo sales. The study was made to analyze the effect of service quality and KPI Target of the sale of partial and simultaneous. This study uses multiple linear regression analysis. The data used are primary data by distributing questionnaires directly to consumers PT CX Mobilindo. The Research Used 125 respondense. The Tests carried out in three stages, namely the validity and reliability, the classic assumption test and test hypotheses. The results showed that Multiple Regression equatation is $Y = 0.272 + 0.835\ X_1 + 0.091\ X_2 + e$ *and the coefficient of determination (* R^2 *) of 0.818 or 81.8 % and the remaining 12.2 % is influenced by other variables. Testing partially prove that service quality significantly effect the sales, but KPI Target don't effect sales. In simultaneous testing of service quality and KPI Target significantly effect on the sales price. PT CX Mobilindo should really pay attention to service quality and KPI target, because the two variables are highly influential on the increase in sales.*

Keywords : quality of services , KPI target and sales

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya. Penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Laporan ini disusun berdasarkan hasil penelitian penulis di PT CX Mobilindo.

Laporan Tugas Akhir yang telah Penulis susun ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam penyelesaian program Diploma IV Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.

Dengan ini Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan Ini tidak lupa juga saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu Penulis dalam penyusunan laporan ini kepada :

1. Bapak Dr. Mustofa, ST,MT, selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.
2. Bapak Drs. Mulyono, MM, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO).Terimakasih untuk bantuan, bimbingan dan informasi dalam proses penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM, selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO). Terimakasih untuk bantuan, informasi dan motivasi dalam proses penulisan laporan ini.
4. Kepada Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing dan memberikan pengajaran kepada Penulis selama berkuliah di Politeknik STMI Jakarta, sehingga ilmu tersebut dapat Penulis terapkan pada penulisan Tugas Akhir ini.

5. Kepada Bapak Marison Sitorus selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah diluangkan untuk Penulis dalam proses penulisan tugas ini.
6. Bapak Peter, Bapak Rama, Bapak Indra selaku karyawan perusahaan yang telah membantu untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. CX Mobilindo.
7. Seluruh karyawan dari PT CX Mobilindo yang telah membantu Penulis mengajarkan bagaimana menjadi sebuah tim kerja yang baik di lokasi kerja.
8. Kepada Kedua Orang Tua tercinta Bapak Istari dan Ibu Heni Purwati selaku motivator utama penyusun laporan . Adik Dewi Savera Anggraeni. Terimakasih atas semua cinta yang diberikan, dorongan, motivasi serta semua doa yang dipanjatkan.
9. Aditiya Najib Rahman yang selalu ada untuk membantu memotivasi agar segera menyelesaikan tugas ini sampai selesai
10. Zeihan Suroya yang telah menjadi *best partner* dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. CX Mobilindo.
11. Teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis Otomotif Angkatan 2014 dan adik-adik kelas yang juga memberikan motivasi dalam pengerjaan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis berharap, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi rekan – rekan mahasiswa dan pembaca sekaligus demi menambah pengetahuan tentang Tugas Akhir.

Jakarta, Agustus 2018

Penulis

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI iii
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR LAMPIRAN xvii
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Permasalahan 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Batasan Masalah 4
1.4 Tujuan Penelitian 4
1.5 Manfaat Penelitian 5
1.6 Sistematika Penelitian 5
BAB II LANDASAN TEORI
2.1 Teori 7
2.1.1 Teori Kualitas Jasa 7
2.1.2.Teori Key Performance Indicator 11
2.1.3.Teori Penjualan dan Pemasaran 17
2.2 Kerangka Berfikir Teoristis 25
2.3 Hipotesis 25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 27
3.2 Desain Penelitian 27
3.3 Operasional Variabel 27
3.4 Metode Penarikan Sampel 29
3.5 Prosedur Pengumpulan Data 29
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 30
3.7 Uji Asumsi Klasik 32
3.8 Metode Analisis Data 33
3.8.1 Regresi Linier Berganda 33
3.8.2 Uji Hipotesis 34
3.8.3 Analisis Kualitatif 35
3.8.4 Analisis Kuantitatif 35

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 36
4.1.1 Profil Perusahaan 36
4.1.2 Lokasi 36
4.1.3 Visi dan Misi 37
4.1.4 Sejarah Perusahaan 38
4.1.5 Kegiatan Perusahaan 39
4.1.6 Struktur Organisasi 41
4.1.7 Deskripsi Pekerjaan 42
4.1.8 Lay out Perusahaan 44
4.2 Analisis Data dan Pengolahan 45
4.2.1 Data Demografi Responden 45
4.2.2 Uji Instrumen 49
4.2.2.1 Uji Validitas Konstruk 49
4.2.2.2 Uji Reliabilitas 56

4.2.3 Uji Asumsi Klasik 75
4.2.3.1 Uji Normalitas 75
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas 80
4.2.3.3 Uji Heteroskedasitas 85
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda 86
4.2.5 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinan 103
4.2.6 Uji Hipotesis 105
4.2.6.1 Uji F 105
4.2.6.2 Uji T 107
BAB V PEMBAHASAN
5.1 Hasil Uji Instrumen 110
5.1.1 Hasil Uji Validitas Konstruk 110
5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas 110
5.2 Hasil Uji Asumsi Klasik 111
5.2.1 Hasil Uji Normalitas 111
5.2.2 Hasil Uji Multikolinieritas 111
5.2.3 Hasil Uji Heteroskedasitas 111
5.3 Hasil Uji Hipotesis,Regresi Linier & Koefisien Korelasi-Determinan.....111
5.3.1 Hasil Uji F 111
5.3.2 Hasil Uji T 112
5.3.3 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana 112
5.3.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 113
5.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinan 114
5.3.6 Analisis Kualitatif Pengaruh X1 dan X2 Terhadap Y 115
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN
6.1 Kesimpulan 118
6.2 Saran 119
DAFTAR PUSTAKA ..... **xviii**

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4.1 GAMBAR LOKASI PT CX MOBILINDO
GAMBAR 4.2 GAMBAR STRUKTUR ORGANISASI PT CX MOBILINDO
GAMBAR 4.3 LAYOUT PT CX MOBILINDO
GAMBAR 4.4 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN
GAMBAR 4.5 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN UMUR
GAMBAR 4.6 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN
GAMBAR 4.7 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN
GAMBAR 4.8 GAMBAR KURVA HISTOGRAM KUALITAS JASA TERHADAP PENJUALAN
GAMBAR 4.9 GAMBAR KURVA HISTOGRAM TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN
GAMBAR 4.10 GAMBAR KURVA HISTOGRAM KUALITAS JASA & TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN
GAMBAR 4.11 GAMBAR KURVA P-PLOT KUALITAS JASA TERHADAP PENJUALAN
GAMBAR 4.12 GAMBAR KURVA P-PLOT TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN
GAMBAR 4.13 GAMBAR KURVA P-PLOT KUALITAS JASA & TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN
GAMBAR 4.14 GAMBAR KURVA REGRESI SEDERHANA X1 TERHADAP Y
GAMBAR 4.15 GAMBAR KURVA REGRESI SEDERHANA X2 TERHADAP Y
GAMBAR 4.16 GAMBAR KURVA REGRESI BERGANDA X1 TERHADAP Y
GAMBAR 4.17 GAMBAR KURVA REGRESI BERGANDA X2 TERHADAP Y

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1LAPORAN PENJUALAN LAYANAN JASA PT CX MOBILINDO
TABEL 3.1 OPERASIONAL VARIABEL
TABEL 3.2 SKALA LIKERT
TABEL 3.3 PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI
TABEL 4.1 DEMOGRAFI RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN
TABEL 4.2 DEMOGRAFI RESPONDEN BERDASARKAN UMUR
TABEL 4.3 DEMOGRAFI RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN
TABEL 4.4 DEMOGRAFI RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN
TABEL 4.5 TABEL PENOLONG PERHITUNGAN VALIDITAS KUIS A
TABEL 4.6 TABEL HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS JASA (X1) SPSS
TABEL 4.7 TABEL HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL TARGET KPI (X2) SPSS
TABEL 4.8 TABEL HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PENJUALAN (Y) SPSS
TABEL 4.9 TABEL JAWABAN KUISIONER KUALITAS JASA (X1)
TABEL 4.10 TABEL PENOLONG PERHITUNGAN REALIBILITAS X1
TABEL 4.11 TABEL HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS JASA (X1) SPSS
TABEL 4.12 TABEL HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL TARGET KPI (X2) SPSS
TABEL 4.13 TABEL HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL PENJUALAN (Y) SPSS
TABEL 4.14 TABEL HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL X1 X2 Y
TABEL 4.15 TABEL PENOLONG UJI MULTIKOLINIERITAS

TABEL 4.16 TABEL HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS VARIABEL X1 X2 Y SPSS
TABEL 4.17 TABEL HASIL HETEROKEDASITAS VARIABEL X1 X2 Y SPSS
TABEL 4.18 TABEL PENOLONG PERHITUNGAN REGRESI SEDERHANA & BERGANDA
TABEL 4.19 TABEL HASIL REGRESI LINIER SEDERHANA X1 TERHADAP Y SPSS
TABEL 4.20 TABEL HASIL REGRESI LINIER SEDERHANA X2 TERHADAP Y SPSS
TABEL 4.21 TABEL HASIL REGRESI LINIER BERGANDA X1& X2 TERHADAP Y SPSS
TABEL 4.22 TABEL UJI KOEFISIEN DETERMINAN SPSS
TABEL 4.23 TABEL HASIL UJI F SPSS
TABEL 4.24 TABEL HASIL UJI F SPSS

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : SOAL KUISIONER PENGARUH KUALITAS JASA & TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN PT CX MOBILINDO

LAMPIRAN 2 : HASIL KUISIONER PENGARUH KUALITAS JASA & TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN PT CX MOBILINDO

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT CX Mobilindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa layanan servis kendaraan. Setelah peneliti melaksanakan PKL selama 2 bulan disana diketahui penjualan layanan jasa servis PT CX Mobilindo dalam 3 tahun terakhir mengalami penurunan, seperti bisa dilihat pada tabel laporan penjualan berikut :

Tabel 1.1

Laporan Penjualan Layanan Jasa PT CX Mobilindo

Tahun 2016- 2018

Periode Waktu	Penjualan
Januari – Juni 2016	Rp . 95.536.000
Juli – Desember 2016	Rp. 93.789.000
Januari – Juni 2017	Rp. 93.115.000
Juli – Desember 2017	Rp. 89.975.000
Januari – Juni 2018	Rp. 87.889.000

(Sumber Data : Laporan Penjualan PT CX Mobilindo- Data Diolah)

Setelah peneliti mencoba melihat apa yang menjadi kekurangan dari perusahaan ini sehingga membuat penjualan jasanya turun dari tahun ke tahun, ternyata PT CX Mobilindo mempunyai kekurangan dalam merealisasikan dimensi kualitas jasa yaitu di bagian Reliabilitas atau keandalan, staf mekanik tidak mampu menepati janji kepada konsumen dalam menyelesaikan servis kendaraannya, misalnya saja saat datang staf mekanik berjanji bahwa dalam 3 hari mobil sudah siap untuk digunakan kembali oleh konsumen namun 3 hari kemudian ternyata mobil belum bisa diambil dan meminta waktu tambahan, hal ini tentu menjadi nilai yang kurang baik di mata konsumen.

Dan juga PT CX Mobilindo belum adanya target kerja atau KPI (*Key Performance Indicator*) untuk staf mekanik juga membuat staf mekanik bekerja seolah tanpa pengawasan, karena tidak ada standarisasi kerja untuk panduan bagi mereka bekerja, sehingga cenderung bekerja sesuai dengan kehendak sendiri. Tentu hal ini juga menjadi nilai yang kurang baik di mata konsumen

Penjualan merupakan suatu unsur penting dalam suatu perusahaan atau badan usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan baik perdagangan barang atau jasa, karena dengan penjualan perusahaan berharap mendapat keuntungan yang bisa untuk melanjutkan usaha perusahaan tersebut, karena itu perlu pelayanan yang selektif mungkin. Untuk meningkatkan sistem penjualan dibutuhkan suatu sistem jaminan kualitas mutu, terlebih untuk meningkat kepuasan konsumen.

Dalam industri jasa terdapat 5 dimensi kualitas jasa, yaitu (Tjiptono & Diana, 2003) :

a. Keandalan *(Reliability)* adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
b. Ketanggapan atau Kepedulian *(Responsiveness)* adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan.
c. Jaminan Kepastian *(Assurance)* adalah kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf.
d. Perhatian *(Emphaty)* adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh pada pelanggan, kemudahan dalam melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.
e. Berwujud *(Tangible)* adalah wujud kenyataan secara fisik meliputi fasilitas, peralatan, pegawai dan sarana informasi atau komunikasi.

Dalam industri baik industri jasa maupun industri barang, tentunya memiliki target kerja untuk para staf atau pegawai, target kerja ini biasanya didefinisikan sebagai KPI (*Key Performance Indicator*) adalah suatu indikator atau target yang memberikan informasi sejauh mana sasaran yang ditetapkan tersebut tercapai. Untuk memudahkan dalam pengontrolan, KPI yang disusun sebaiknya memenuhi kriteria SMART, yaitu *Specific* (detail dan fokus), *Measurable* (terukur), *Achievable* (realistis dan dapat dicapai), *Relevant* (berkaitan dengan tugas pokok dan pekerjaan keseharian), *Time* (waktu untuk mencapai target tersebut atau *deadline*). KPI berkaitan erat dengan kepuasan konsumen.

Maka dari itu penulis ingin mengetahui apakah kualitas jasa, dan target KPI pada staf mekanik akan berpengaruh kepada penjualan layanan jasa di PT CX Mobilindo. Diharapkan jika tingkat reliabilitas staf mekanik meningkat dan pemberian target KPI berjalan dengan baik, akan meningkatkan volume penjualan layanan jasa di PT CX Mobilindo.

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis telah merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas jasa berpengaruh signifikan (secara parsial) terhadap penjualan di PT CX Mobilindo?
2. Apakah tercapainya target key performance indicator mekanik berpengaruh signifikan (secara parsial) terhadap penjualan di PT CX Mobilindo?
3. Apakah kualitas jasa dan target key performance indicator mekanik secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap penjualan di PT CX Mobilindo?

1.3 Batasan Masalah

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan kemampuan penulis, maka agar laporan ini dapat lebih fokus dan terarah perlu ditetapkannya batasan – batasan lingkup penelitian. Batasan – batasan tersebut meliputi :

1. Kualitas jasa dan target key performance index yang dapat memberikan dampak terhadap penjualan layanan jasa PT CX Mobilindo, dalam hal ini dibatasi hanya untuk staf mekanik saja, bukan keseluruhan staf yang yang ada di PT CX Mobilindo.
2. Pengumpulan data primer penelitian dibatasi hanya konsumen yang menggunakan jasa service PT CX Mobilindo.
3. Kriteria untuk dijadikan sebagai responden data penelitian adalah konsumen PT CX Mobilindo di Indonesia atau yang terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan menggunakan jasa servis PT CX Mobilindo

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Jasa terhadap penjualan layanan jasa di PT CX Mobilindo.
2. Untuk mengetahui pengaruh target KPI *(Key Performance Indicator)* staf mekanik terhadap penjualan layanan jasa di PT CX Mobilindo.
3. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas jasa dan target KPI *(Key Performance Indicator)* staf mekanik terhadap penjualan layanan jasa di PT CX Mobilindo.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dalam hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menambah pengalaman dalam menerapkan ilmu yang didapatkan selama kuliah ke dalam implementasinya.

2. Bagi Pembaca

   Penelitian ini dapat menambah informasi, bahan saran, konsep dan pengetahuan serta bisa digunakan sebagai referensi mahasiswa/I Politeknik STMI dan masyarakat yang tertarik pada kasus yang sama.

3. Bagi perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan masukan dan juga sebagai bahan pertimbangan terhadap pimpinan perusahaan untuk lebih meningkatkan penjualannya demi kelangsungan hidup perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan dan penyusunan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penelitian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar – dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan jenis data yang diperlukan dan langkah-langkah yang dilakukan dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari pengolahan data.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dan saran penelitian yang dilakukan serta saran – saran yang diperlukan perusahaan.

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Teori

2.1.1. Kualitas Jasa

2.1.1.1 Pengertian Kualitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat baiknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.

Kualitas barang dan jasa didefiniskan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan dan konsumen. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan atau konsumen terhadap barang atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan –persyaratan atau atribut – atribut tertentu.

2.1.1.2 Dimensi Kualitas

Barang atau jasa yang berkualitas adalah yang mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Ekspektasi pelanggan dapat dijelaskan melalui atribut – atribut kualitas atau hal – hal yang sering disebut sebagai dimensi kualitas, Ada delapan dimensi kualitas yaitu :

a Kinerja/ Performance yaitu tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi – fungsi produk

b Keindahan / Aesthetic. Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk (misalnya gaya dan keindahan) serta penampilan fasilitas, peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.

c Kemudahan perawatan dan perbaikan /Serviceability. Berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.

d Keunikan / Features, yaitu karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk – produk sejenis. Misalnya, fungsi mobil adalah alat transportasi. Namun suatu mobil mungkin dilengkapi dengan mesin empat silinder, transmisi manual, pembungkus tempat duduk, tempat duduk untuk empat penumpang dan rem cakram roda depan ; sementara mobil lain dilengkapi mesin enam silinder, transmisi otomatis, tempat duduk kulit, tempat duduk untuk enam penumpang, dan rem anti kejut.

e Reliabilitas, adalah probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka tertentu.

f Daya Tahan/ Durability, didefinisikan sebagai umur manfaat dari fungsi produk.

g Kualitas kesesuaian / Quality of Conformance, yaitu ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan.

h Kegunaan yang sesuai / Fitness for use, yaitu kecocokan produk menjalankan fungsi – fungsi sebagaimana yang diiklankan dan dijanjikan.

Dalam industri jasa terdapat 5 dimensi kualitas jasa, yaitu (Tjiptono & Diana, 2003) :

f. Keandalan *(Reliability)* adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

g. Ketanggapan atau Kepedulian *(Responsiveness)* adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan.

h. Jaminan Kepastian *(Assurance)* adalah kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan

dan kepastian mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf.

i. Perhatian *(Emphaty)* adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh pada pelanggan, kemudahan dalam melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.

j. Berwujud *(Tangible)* adalah wujud kenyataan secara fisik meliputi fasilitas, peralatan, pegawai dan sarana informasi atau komunikasi.

2.1.1.3 Pengertian Jasa

Berbeda dengan barang yang sifatnya konkrit, jasa sifatnya abstrak. Jasa dapat diartikan sebagai barang tidak berwujud (intangible product) yang dibeli maupun dijual di pasar melalui transaksi pertukaran yang saling memuaskan. Ada bebrapa definisi kualitas jasa, antara lain : kesesuaian denga persyaratan/tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan /penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan/cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan dari awal dan setiap saat melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal, dan sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan (Tjiptono, 1997).

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik (Kotler, 2012).

2.1.1.4 Dimensi Kualitas Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasarannya, yaitu :

a *Tidak berwujud*, jasa bersifat tidak berwujud. Tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau

dicium sebelum jasa itu dikonsumsi. Untuk mengurangi ketidakpastian, para pembeli akan mencari kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan,alat komunikasi, simbol dan harga yang mereka lihat.

b *Tidak terpisahkan,* Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jasa tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai penjual dan kemudian baru dikonsumsi.

c *Bervariasi,* jasa sangat bervariasi, tergantung pada siapa saja yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan. Perusahaan jasa dapat melakukan tiga langkah dalam pengendalian mutu. Pertama melakukan investasi untuk menciptakan prosedur perekrutan dan pelatihan yang baik. Kedua, menstandarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh organisasi. Ketiga, memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survei pelanggan, dan melakukan belanja perbandingan

d *Tidak tahan disimpan,* jasa tidak dapat disimpan, tidak tahan lama, tidak dapat dikembalikan, atau tidak dapat dijual kembali setelah digunakan.

2.1.1.5 Tujuan dan Fungsi Pelayanan

Dalam jurnal (kurniasih, 2012) Faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa atau pelayanan :

a. Jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*), sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal.

b. Jasa yang diharapkan (*expected service*), Jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.1.2. Key Performance Indicator

2.1.2.1. Prinsip Pengukuran Kinerja

"Kinerja" (*performance*) adalah hasil yang dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi dalam suatu periode tertentu, sesuai dengan lingkup wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Sementara itu, Sistem Manajemen Kinerja merupakan sistem yang menerapkan konsep manajemen untuk mengelola seluruh sumber daya, kesisteman dan karyawan perusahaan untuk memastikan tujuan perusahaan yang tertuang dalam visi, misi, dan rencana strategi organisasitercapai dengan efektif dan efisien.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam siklus Sistem Manajemen Kinerja Organisasi sebagai berikut:

a Tetapkan rencana strategis perusahaan, meliputi visi, misi, tujuan, dan sasaran strategis perusahaan.

b Rencana strategis jangka panjang kemudian dijabarkan dalam sasaran perusahaan dan dituangkan dalam Kontrak Manajemen.

c Pengukuran dan *monitoring* kinerja organisasi dilakukan dalam proses eksekusi.

d Secara berkala (bulanan, triwulan, semesteran) dilakukan peninjauan kinerja organisasi, untuk kemudian dilakukan upaya-upaya perbaikan dan peningkatan kinerja.

e Hasil kinerja organisasi dijadikan referensi pemberian penghargaan dan konsekuensi.

Pengukuran kinerja adalah alat manajemen yang digunakan untuk menilai kemajuan atas pencapaian tujuan dan sasaran organisasi, sekaligus sebagai referensi dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas. Pengukuran kinerja dilakukan dengan mengumpulkan, menganalisis, dan melaporkan berbagai informasi yang berhubungan dengan tingkat kinerja perusahaan.

Dalam sistem pengukuran kinerja, terdapat beberapa elemen kunci sebagai berikut:

a Merencanakan dan menetapkan tujuan

b Mengembangkan indikator yang relevan dengan tujuan

c Pelaporan hasil kinerja secara formal

d Penggunaan informasi

Jika hasil pengukuran kinerja menunjukkan oraginsasi masih berada dibawah sasaran yang diinginkan, perusahaan sebaiknya melakukan tindakan koreksi.

2.1.2.2. Indikator Kinerja dan Key Performance Indicator

Agar pengukuran kinerja dapat dilaksanakan dengan tepat, perusahaan perlu menetapkan Indikator Kinerja yang relevan dengan visi-misi-rencana strategis perusahaan. Dalam menentukan Indikator Kinerja, sebaiknya menggunakan ukuruan-ukuran kinerja yang dapat dengan mudah dicari datanya, untuk diolah dan dianalisis secara wajar. Indikator Kinerja dapat dikategorikan menjadi 2 kategori:

a Indikator Kinerja bersifat strategis.

b Indikator Kinerja untuk aktivitas rutin (tidak bersifat strategis)

Adapun *Key Performance Indicator* (KPI) adalah serangkaian Indikator Kinerja penting yang bersifat terukur dan memberikan informasi

sejauh mana sasaran strategis perusahaan sudah berhasil dicapai. Sebuah KPI ditetapkan dengan cara-cara sebagai berikut:

a Berdasarkan tujuan strategis perusahaan, rencana kerja, dan sasaran yang sudah ditetapkan dalam Kontrak Manajemen, identifikasikan seluruh data atau informasi yang relevan dengan keberhasilan pelaksana rencana strategis perusahaan.

b Lakukan pembobotan KPI untuk menentukan prioritas KPI terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.

c Tetapkan sasaran/target KPI yang ingin dicapai, dengan memperhatikan sasaran yang telah dituangkan dalam kontrak manajemen.

d Ditetapkan kerangka waktu berlakukanya KPI tersebut (biasanya KPI berlaku selama satu tahun)

e Proses pengukuran dan pelaporan kinerja dilakukan secara berkala (bisa secara bulanan, triwulan atau semesteran)

Dalam menetapkan sebuah indikator kinerja sebagai KPI, indikator kinerja tersebut harus memenuhi kriteria SMART-C sebagai berikut:

a *Specific* (spesifik)
Indikator kinerja harus dapat didefinisikan secara spesifik

b *Measurable* (terukur)
Indikator kinerja harus dapat diukur

c *Achievable* (realistis/dapat dicapai)
Sasaran/target yang ditetapkan untuk indikator kinerja harus masuk akal dan memungkinkan untuk dicapai.

d *Relevant* (relevan)
Indikator kinerja yang dipilih sesuai dengan lingkup bisnis dan aktivitas/proses bisnis organisasi/departemen terkait

e *Time-Bound* (batasan waktu)

Pencapaian sasaran/target indikator kinerja memiliki batasan waktu yang jelas

f *Challenging* (menantang)

Sasaran/target indikator kinerja yang ditetapkan merupakan peningkatan dari pencapaian periode sebelumnya dan menjadi tantangan manajemen untuk meningkatkan kinerja organisasi.

2.1.2.3. Pembobotan dan Penetapan Standar KPI

Dalam menentukan bobot masing – masing KPI, salah satu caranya adalah menentukan apakah KPI tersebut sesuai dengan kriteria penting/ sangat penting/ kritikal. Total jumlah bobot seluruh KPI harus sama dengan 100%.

Setelah KPI ditentukan, langkah selanjutnya adalah menetapkan sasaran untuk masing – masing KPI . Sasaran pencapaian KPI umumnya diberikan secara kuantitatif, agar mudah diukur dan dibandingkan.

Referensi yang dapat digunakan dalam penetapan KPI adalah sebagai berikut:

a Target yang ssudah ditetapkan dalam rencana strategis atau rencanan tahunan organisasi

b Peningkatan dan realisasi pencapaian tahun sebelumnya

c Input dari manajemen dan pemegang saham

d Menggunakan pembandingdan kompetitor, hasil studi banding dan best practice

KPI yang telah ditetapkan indikator dan targetnya kemudian dituangkan dalam Kontrak Manajemen. Dokumen ini berisikan janji manajemen puncak perusahaan untuk memenuhi target KPI yang telah ditetapkan oleh para pemegang saham perusahaan dalam periode tertentu.

2.1.2.4. Cascading Key Performance Indicator

Setelah dilakukan penetapan KPI perusahaan dan sasaran untuk masing – masing indikator, manajemen puncak perusahaan melakukan cascading KPI ke seluruh bagian perusahaan . Cascading adalah cara formal untuk menyelaraskan KPI perusahaan menjadi KPI Divisi sesuai dengan ruang lingkup masing – masing divisi. Dengan melakukan cascading KPI ke seluruh bagian perusahaan , akan terlihat hubungan antara strategi yang ditetapkan manajemen puncak dan kegiatan operasional perusahaan.

Manfaat yang diperoleh manajemen perusahaan dengan melakukan cascading KPI ke seluruh bagian perusahaan sebagai berikut :

a Memastikan seluruh bagian perusahaan mengerti tujuan bisnis jangka panjang dan strategi untuk mencapainya

b Memastikan pencapaian kinerja manjemen perusahaan didukung oleh pencapaian kinerja level dibawahnya, baik divisi ataupun individu, serta menciptakan hubungan selaras antara karyawan, atasan hingga manajemen puncak.

c Menciptakan hubungan yang selaras dan sinergis antar divisi dan karyawan pada level yang sama

d Membangun komunikasi kinerja yang terstruktur, sistematis, dan sinergis dalam rangka mencapai visi dan misi berbasis sinergis.

2.1.2.5. Pemantauan dan Pelaporan KPI

Pemantauan dan evaluasi pencapaian KPI organisasi merupakan metode dan proses penilaian hasil pencapaian organisasi sesuai denga target KPI organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil evaluasi pencapaian organisasi KPI akan menunjukkan posisi dan tingkat pencapaian sasaran dan tujuan organisasi sehingga manajemen organisasi dapat memutuskan untuk mengambil tindakan yang dianggap perlu apabila ada keterlambatan atau

penyimpangan dalam pencapaian sasaran dan tujuan organisasi. Pemantauan pencapaian KPI organisasi dilakukan secara periodik yaitu bulanan, triwulan, semesteran, tahunan.

2.1.2.6. Tipikal Indikator Kinerja Perusahaan Jasa

a Aspek Pelanggan

Pelanggan adalah alasan utama bagi perusahaan unutk mempertahankan bisnisnya sehingga indikator kinerja yang berkaitan dengan aspek pelanggan biasanya ditetapkan sebagai KPI. Khususnya untuk perusahaan jasa, interaksi antara perusahaan dan pelanggan merupakan fitur penting yang sangat menentukan jenis dan kualitas jasa yang disampaikan sehingga aspek pelanggan menjadi indikator yang penting untuk mencerminkan kinerja perusahaan jasa.

b Aspek Operasional

KPI aspek operasional merupakan indikator yang menggambarkan efektifitas proses dan kegiatan produksi sebuah perusahaan. KPI operasional biasanya sangat spesifik karena sangat bergantung pada jenis bisnis perusahaan dan aktifitas operasional . unutk perusahaan jasa, indikator aspek yang digunakan biasanya terkait dengan besaran – besaran sebagai berikut :

- Jumlah pelanggan terlayani
- Jumlah frekuensi jasa yang tersalurkan kepada pelanggan
- Kecepatan penyampaian jasa
- Ketepatan waktu pemakaian jasa
- Jumlah sarana yang digunakan untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan
- Utilisasi sarana yang dimiliki perusahaan

2.1.3. Penjualan & Pemasaran

2.1.3.1. Penjualan

a Pengertian Penjualan

Kegiatan penjualan merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Penjualan merupakan sasaran inti di antara kegiatan pemasaran yang lain. Alex S.Nitisemito menyatakan bahwa "Penjualan ialah semua kegiatan yang bertujuan untuk melancarkan arus barang dan jasa dari Produsen ke Konsumen secara paling efisien dengan maksud unutk menciptakan permintaan yang efektif ".(1998:13).Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Ronny A Rusli dan Hendra dalam buku "Manajemen Pemasaran" "Penjualan ialah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain" (2000:8)

b Tujuan Penjualan

Basu Swasta dan Irawan (2001:32) mengemukakan bahwa suatu perusahaan mempunyai tiga tujuan dalam penjualan, yaitu:

- Mencapai volume penjualan tertentu.
- Mendapatkan laba tertentu.
- Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para tenaga penjualan, akan tetapi dalam hal ini perlu adanya kerja sama dari beberapa pihak diantaranya adalah fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian dari keuangan yang menyediakan dana, bagian produksi yang membuat produk, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerja.

c. Faktor yang mempengaruhi penjualan

Menurut Kotler (2000 : 245) faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sebagai berikut:

- Kualitas barang

  Turunnya Kualitas barang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasa kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

- Minat Konsumen

  Minat konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bila mana selera konsumen terhadap barang - barang yang kita perjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

- Servis (pelayanan) terhadap pelanggan

  Pelayanan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dimana tingkat persaingan yangn semakin tajam. Dengan adanya pelayanan yang baik terhadap pelanggan maka dapat meningkatkan volume penjualan.

- Persaingan menurunkan harga jual

  Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat di tingkatkan dan sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat dibenikan kepada pthak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.

Pendapat lain yang mengemukakan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain oleh (Nitisemito, 2000 : 211)

- Faktor Internal

  Faktor Internal adalah faktor yang berasal dan dalam perusahaan itu sendini meliputi : kualitas produk, penetapan hargajual, persediaan

barang, pelayanan, kegiatan sales promotion dan komisi penjualan yang diberikan perusahaan.

- Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dan luar perusahaan meliputi: selera konsumen, munculnya barang pengganti, adanya persaingan serta kebijakan pemerintah.

- Faktor Internal dan Eksternal faktor merupakan yang berasal dan faktor internal dan ekstemal secara bersamaan seperti : kondisi pasar, kemampuan penjual, modal dan kondisi organisasi perusahaan.

2.1.3.2. Pengertian Pemasaran

Inti dari pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan emmenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah " memnuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan." Ketika eBay menyadari bahwa orang tidak mampu menemukan beberapa barang yang paling mereka inginkan, perusahaan tersebut menciptakan lelang online, ketika IKEA menyadari bahwa orang menginginkan perabot yang bagus yang dengan harga yang lebih murah, perusahaan tersebut menciptakan perabot murah. Dua perusahaan ini menunjukkan kecerdasan pemasaran dan mengubah kebutuhan pribadi atau sosial menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.

American Marketing Assosiation (AMA) menawarkan definisi formal berikut : Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses unutk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan peamngku kepentingannya. Menangani proses pertukaran ini, membutuhkan banyak kerja dan keterampilan. (Kotler, 2016 : 5)

2.1.3.3. Konsep Pemasaran

Menurut Kotler & Keller, Konsep pemasaran muncul pada pertengahan tahun 1950 an, alih- alih memegang filosofi " membuat dan menjual" yang berpusat pada produk, bisnis beralih ke filosofi "merasakan dan merespon " yang berpusat pada pelanggan. Tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk produk anda, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan anda. Dell Computer tidak menyiapkan komputer yang sempurna untuk pasar sasarannya. Alih – alih, perusahaan tersebut memberikan platform produk yang fitur – fiturnya bisa disesuaikan oleh konsumen sesuai yang diinginkan di komputer.

Konsep pemasaran peranggapan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif dari pada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada pasar sasaran yang dipilih.

Theodore Levitt dari Harvard menjelaskan perbedaan antara konsep penjualan dan konsep pemasaran :

" Penjualan berfokus kepada kebutuhan penjual, pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli, penjualan didasari oleh kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang : pemasaran didasari oleh gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk dan hal – hal yang berhubungan dengan menciptakan, menghantarkan dan akhirnya mengkonsumsinya" (2016 : 5)

2.1.3.4. Bauran Pemasaran

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan mengkombinasikan empat variabel yang sangat mendukung didalam menetukan strategi pemasaran, kombinasi keempat variabel itu dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*). Menurut

Kotler & Armstrong (1997:48), "Bauran pemasaran atau marketing mix adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran". "*Marketing mix* adalah strategi mengkombinasikan kegiatan-kegiatan *marketing*, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga memunculkan hasil paling memuaskan". (Alma, 2005:205), Sumarmi dan Soeprihanto (2010:274) menjelaskan, "*Marketing mix* adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Dengan kata lain *marketing mix* adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen".

- Produk

  Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010:274), "Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan". Produk tidak hanya selalu berupa barang tetapi bisa juga berupa jasa ataupun gabungan dari keduanya (barang dan jasa)

- Harga

  Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010:281) harga adalah, "Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya". Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan akan menentukan harga dari produk tersebut.

- Tempat

  Tempat dalam *marketing mix* biasa disebut dengan saluran distribusi,

saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen. Definisi dari Sumarni dan Soeprihanto (2010:288) tentang saluran distribusi adalah, "Saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai"

- Promosi

  Menurut Tjiptono (2008:219), pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan teori-teori di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah suatu kelompok komponen pemasaran yang terdiri dari 4P: ***product***, ***price***, ***place*** dan ***promotion*** yang saling terkait satu sama lain, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta mencapai tujuan perusahaan.

2.1.3.5. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangakan manajemen adalah proses perencanaan (Planning), pengorganisasian (organizing) penggerakan (Actuating) dan pengawasan.

Jadi dapat diartikan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

2.1.3.6. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah Bauran Pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarannya. Marketing mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin, dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Keempat unsur atau variabel bauran pemasaran (*Marketing mix*) tersebut atau yang disebut *four p's* adalah sebagai berikut:

1. **Strategi Produk**

"Quality is the customer's perception". Artinya bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk itu berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan

keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa.

2. Strategi Harga

Sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Termasuk di dalamnya : harga pokok, diskon, syarat pembayaran, potongan harga dan kredit.

3. Strategi Penyaluran / Distribusi

Di dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dibidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan distribusi. Distribusi merupakan kegiatan penyaluran produk dari produsen sampai ke konsumen pada waktu yang tepat.

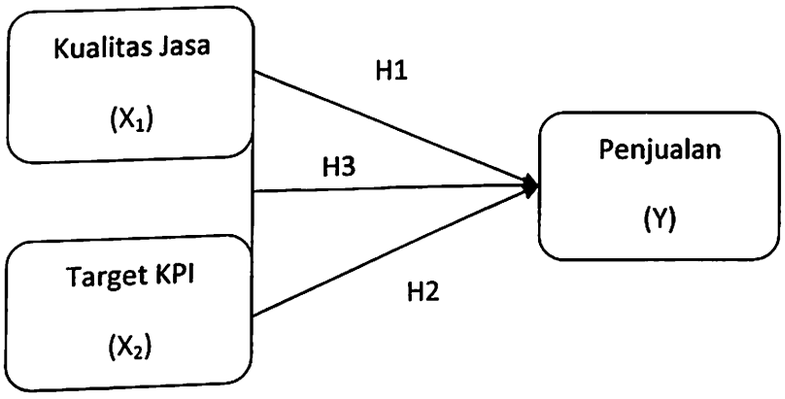
Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang tempat / distribusi, yaitu :

a) Sistem transportasi perusahaan
b) Sistem penyimpanan
c) Pemilihan saluran distribusi

4. Strategi Promosi

Periklanan adalah salah satu dari empat alat penting yang digunakan oleh perusahaan untuk melancarkan komunikasi persuasif terhadap pembeli dan masyarakat sesuai dengan yang ditargetkan. Sistem iklan tersebut dalam bentuk penyajian komunikasi non personal yang dilakukan lewat media pembayaran dengan menggunakan sponsor yang jelas. Komunikasi yang melalui sponsor bersifat massal karena menggunakan beberapa alat media seperti : radio, majalah, surat kabar, televisi, surat pos dan sebagainya

2.2 Kerangka Berfikir Teoristis



2.3 Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. H1 = adalah hubungan antara variabel kualitas jasa dan penjualan, maka bisa diambil hipotesis sebagai berikut :
   - Ha : Ada pengaruh kualitas jasa dengan penjualan layanan PT CX Mobilindo.
   - Ho : Tidak ada pengaruh tingkat reliabilitas staf mekanik dengan penjualan layanan jasa PT CX Mobilindo.
2. H2 = adalah pengaruh hubungan antara variabel target KPI dan penjualan, maka bisa diambil hipotesis sebagai berikut :
   - Ha : Ada pengaruh tercapainya KPI *(Key Performance Indicator)* staf mekanik dengan penjualan layanan jasa PT CX Mobilindo.
   - Ho :Tidak ada pengaruh tercapainya KPI *(Key Performance Indicator)* staf mekanik dengan penjualan layanan jasa PT CX Mobilindo.

3. H3 = adalah pengaruh hubungan antara variabel kualitas jasa dan target KPI terhadap penjualan, maka bisa diambil hipotesis sebagai berikut:
   - Ha : Ada pengaruh tercapainya kualitas jasa dan KPI *(Key Performance Indicator)* staf mekanik dengan penjualan layanan jasa PT CX Mobilindo.
   - Ho : Tidak ada pengaruh tercapainya kualitas jasa dan KPI *(Key Performance Indicator)* staf mekanik dengan penjualan layanan jasa PT CX Mobilindo.

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil Dosa

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah semua konsumen layanan jasa PT CX Mobilindo selama kurun waktu 6 bulan (Januari 2018 – Juni 2018).

3.2. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kausalitas. Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel. Dalam desain ini umumnya hubungan sebab-akibat tersebut sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab dan variabel terikat, Sanusi (2011).

3.3. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel. dua variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Variabel-variabel dalam penelitian ini diuraikan sebagai sebagai berikut :

1. Kualitas Jasa sebagai variabel X1 (Variabel independen)
2. Target Key Performance Indicator sebagai variabel X2 (Variabel independen)
3. Penjualan sebagai variabel Y (Variabel dependen)

Operasional variabel penelitian ini dapat dijabarkan secara lengkap pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1

Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep	Indikator	Skala
1	Kualitas Jasa (X1)	Kualitas Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	1. Keandalan (*Reliability*) 2. Ketanggapan (*Responsiveness*) 3. Jaminan Kepastian *(Assurance)* 4. Perhatian *(Emphaty)* 5. Berwujud *(Tangible)*	Ordinal
2	Target Key Performance Indikator (X2)	Key Performance Indikator adalah suatu indikator kunci yang digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan untuk memenuhi tujuan strategis dan operasional perusahaan.	1. Kualitas 2. Target Waktu 3. Kedisiplinan 4. Standar Operational	Ordinal
3	Penjualan (Y)	Penjualan adalah Proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak.	1. Kepuasan konsumen 2. Loyalitas konsumen 3. Keputusan pembelian ulang (terhadap pelayanan jasa) 4. Pertambahan konsumen.	Ordinal

3.4. Metode Penarikan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen layanan jasa PT CX Mobilindo selama kurun waktu Januari 2018 – Juli 2019 (6 bulan) yaitu sebanyak 180 orang. Perhitungan sampel yang digunakan dalam penelitian ini mengunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(N \times e^2) + 1}$$

Dimana :

n : jumlah elemen/ anggota sampel

N : jumlah elemen/ anggota populasi

e : Error level (tingkat kesalahan), yang digunakan 5% atau 0,05.

Perhitungan :

$$n = \frac{180}{(180 \times 0{,}05^2) + 1}$$

n = 124,13 → dibulatkan menjadi 125 orang

Sehingga peneliti mengambil 125 orang dengan tingkat kesalahan 5% sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan tujuan tertentu, dengan kriteria bahwa konsumen yang dijadikan sampel penelitian adalah konsumen yang datang menggunakan layanan jasa PT CX Mobilindo.

3.5. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan jenis dan sumber data meliputi :

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, dengan cara melakukan field research (penelitian lapangan), data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner yang telah disusun, di mana sejumlah pernyataan tertulis disampaikan pada responden untuk ditanggapi sesuai dengan kondisi yang dialami oleh responden yang bersangkutan. Responden akan menerima kuesioner yang berisi pernyataan mengenai kualitas jasa, KPI dan penjualan. Kuesioner juga dilengkapi dengan keterangan identitas responden dan petunjuk pengisian yang sederhana dan jelas untuk membantu responden melakukan pengisian dengan lengkap.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dukumpulkan oleh pihak lain, yaitu dengan cara melakukan metode dokumentasi, biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data seperti rekapitulasi personalia, struktur organisasi, riwayat perusahaan dan sebagainya.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen dalam kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh dengan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan alat ukur dalam mengukur objek yang diteliti.

1. Uji Validitas Konstruk

Menurut Sofyan Siregar (2013) uji validitas konstruk validitas adalah : ". Validitas yang berkaitan dengan kesanggupan alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya" .

Suatu Instrumen dikatakan valid apabila :

1. Koefisien korelasi product moment melebihi 0.3 (Azwar, 1992, Soegiyono, 1999)
2. Koefisien korelasi product moment > r tabel
3. Nilai Sig ≤ α

Rumus Korelasi Product Pearson

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi;

n = jumlah sampel;

x = nilai skor butir pernyataan;

y = nilai skor total butir.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012) uji reliabel merupakan : "Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur instrumen yang sama akan menghasilkan data yang sama". Perhatikan bahwa suatu pengukuran mungkin reliabel tapi tidak valid, tetapi suatu pengukuran tidak bisa dikatakan valid bila tidak reliabel. Ini berarti reliabilitas merupakan syarat perlu tapi tidak cukup untuk validitas. Dalam penelitian ini model reliabilitas menggunakan koefisien alpha cronbach merupakan salah satu koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan. Skala pengukuran yang reliabel sebaiknya memilki Cronbach's Alpha minimal 0,6.

Sedangkan perhitungan bobot penilaian kuesioner bagi responden adalah dengan menggunakan skala Likert yang merupakan metode yang mengukur sikap

dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subjek, objek atau kejadian tertentu. Skala likert yaitu skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

Tabel 3.2

Skala Likert

Tingkat Setuju	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono(2012)

3.7. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui, menguji serta memastikan kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, dimana variabel tersebut terdistribusi secara normal, bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Pada kurva histogram, model memenuhi asumsi normalitas jika bentuk kurva simetris atau tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan. Pada grafik normal p-p plot, model memenuhi asumsi normalitas jika titik –titik pada kurva berhimpit mengikuti garis diagonalnya.

2. Uji Multikolonieritas

Pendeteksian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF >10 dan angka Tolerance < 0.1 maka terdapat gejala multikolinearitas tinggi (Sanusi, 2011).

3. Uji Heteroskedastisitas

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan Metode Glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual (α = 0,05) maka dalam model regresi tidak ada gejala heteroskedastisitas (Sanusi, 2011).

3.8. Metode Analisis Data

Analisis data adalah penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan, jumlah sampel yang berjumlah 125 responden dapat diolah dengan bantuan komputer melalui program SPSS 20.0 for Windows.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.8.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk dan harga) dan variabel terikat (penjualan) akan digunakan metode analisis regresi berganda. Dalam perhitungan regresi berganda menggunakan perangkat lunak yaitu SPSS versi 19.

Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + b2X_2 + e$$

Dimana :

Y : Penjualan

a : Konstanta

b : Koefisien arah regresi

X1 : Kualitas Jasa

X2 : Target Key Performance Indikator

e : error

3.8.2. Uji Hipotesis

3.8.2.1. Uji t (Parsial)

Tujuan dilakukanya Uji t adalah untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara individu variabel independen terhadap variabel dependen, dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu kualitas jasa dan target KPI . Pengujian dapat dilihat jika :

1. – t tabel ≤ t hitung ≤ t tabel; maka Ho diterima.
2. t hitung < – t tabel atau t hitung > t tabel; maka Ho ditolak.
3. Nilai Prob ≥ α = 0,05; maka Ho diterima.
4. Nilai Prob < α = 0,05; maka Ho ditolak.

Untuk memberikan gambaran mengenai hipotesis yang akan diuji berikut ini adalah hipotesisnya :

Ho1 : Tidak Terdapat Pengaruh kualitas jasa Terhadap penjualan.

H1 : Terdapat Pengaruh kualitas jasa Terhadap penjualan

Ho2 : Tidak Terdapat Pengaruh target KPI Terhadap penjualan

H2 : Terdapat Pengaruh target KPI Terhadap penjualan

3.8.2.2. Uji F

Uji model dilakukan dengan menggunakan nilai F, namun sebelumnya dilakukan perhitungan koefisien deteminasi (R2) untuk mengetahui seberapa besar konstribusi variabel kualitas jasa dan target KPI terhadap penjualan. Hipotesis statistik dinyatakan untuk melihat pengaruh secara simultan

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ [5%; df = k; n – (k + 1)] maka H0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ [5%; df = k; n – (k + 1)] maka H0 ditolak

Hipotesisnya :

Ho3 : Tidak Terdapat Pengaruh kualitas jasa dan target KPI Terhadap penjualan

Ha3 : Terdapat Pengaruh kualitas jasa dan target KPI Terhadap penjualan

3.8.2.3. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Menentukan koefisien determinan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 3.3

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2012)

3.8.3. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif Adalah analisis data dengan menggunakan kata-kata yang kemudian di uraikan lebih lanjut guna menarik suatu kesimpulan.

3.8.4. Analisis Kuantitatif

Analisis deskriptif kuantitatif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data berbentuk angka-angka atau hal-hal yang dapat diukur. Dalam analisis ini penulis menggunakan analisa regresi linier sederhana.. serta uji hipotesis.

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1.Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Profil Perusahaan

PT CX Mobilindo adalah salah satu perusahaan otomotif yang berfokus pada penjualan, service, dan sparepart mobil. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2012 oleh Bapak Victor Basuki.

Adapun profil usaha lebih rinci sebagai berikut:

- Nama Perusahaan : PT. CX Mobilindo
- Nama Pemilik : Victor Basuki
- Divisi Head : Peter Ariyanto
- Daerah Kerja : Ciledug Mas - Tangerang
- Alamat : Jl. HOS. Cokroaminoto No. 158, Karang Timur, Karang Tengah, Tangerang, Banten
- Tlp : (021)38909067
- Nomor SIUP : 1633/PK/XI/BPPMPT/2012
- Nomor TDP : 30.06.1.45.07840
- Nomor NPWP : 31.611.009.7-416.000
- Bidang Usaha : *Perdagangan Eceran Mobil Baru*

4.1.2. Lokasi Perusahaan

Menurut Swasta (2002:24) "Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan". Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah berbeda. PT CX Mobilindo berlokasi di Jl. HOS Cokroaminoto No. 158, Karang Timur, Karang Tengah, Tangerang, Banten.

Gambar 4.1: Lokasi PT CX Mobilindo

Sumber : Direktori PT CX Mobilindo (2018)

4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

"PT CX Mobilindo berusaha menjadi perusahaan otomotif yang memberikan kepuasan pelanggan dan menjadi pusat semua data kendaraan. Serta mengurus kendaraan meliputi service, pengecekan, ban, pajak, maupun asuransi seluruh kendaraan khususnya PT Indosurya Group."

Misi

"PT CX Mobilindo mengelola semua kendaraan perusahaan yang sebelumnya terpisah dan hanya dikelola oleh masing-masing General Affairs GA) Indsosurya Group, dapat mengembangkan usaha sebaik mungkin, menjalankan usaha secara stabil."

4.1.4. Sejarah Perusahaan

PT CX Mobilindo merupakan perusahaan keluarga yang berkembang di penjualan spare part dan jasa khususnya di PT Indosurya Group. Pada tahun 2012, PT CX Mobilindo didirikan di daerah Jl. HOS. Cokroaminoto No. 158 Ruko CX Ciledug Mas Blok E-29 Kel. Karang Timur, Kec. Karang Tengah Kota Tangerang. PT CX Mobilindo terdiri di keluarga mayoritas memili usaha pribadi di bidang Securitas, Finance, Koperasi dll.

Pada awal mula Bapak Henry Surya mempunyai perusahaan bernama Indosurya. Di dalam Indosurya mempunyai beberapa Group, terdiri dari perusahaan Indosurya Securitas, Indosurya Finance, Indosurya Life, Indosurya Simpan Pinjam dan masih banyak lagi anak perusahaan dari Indosurya Group.

Dikarenakan mempunyai beberapa anak perusahaan, maka dengan ini hadirlah PT CX Mobilindo yang diharapkan menjadi pusat pengelola seluruh pengurusan semua kendaraan perusahaan yang sebelumnya terpisah, hanya dikelola oleh masing-masing General Affairs (GA) Indosurya Group dan sekarang sudah merupakan tanggung jawab yang dikelola oleh PT CX Mobilindo. Tidak hanya meliputi service kendaraan saja namun beberapa komponen lain seperti pengecekan, ban, pajak, asuransi maupun sparepart mobil.

Dalam hal pemasaran sparepart, selalu terjadi fluktuasi setiap tahun. Hal tersebut juga yang dirasakan oleh PT CX Mobilindo. Misalnya pada awal tahun dan bulan puasa peningkatan permintaan sparepart lebih tinggi bila dibandingkan dengan bulan-bulan lainya pada sepanjang tahun.

4.1.5. Kegiatan Perusahaan

a. Bidang Pemasaran

Di bidang pemasaran PT CX Mobilindo dari segi segmentasi perusahaan belum mampu menembus pasar nasional sebagai perusahaan yang bergerak di industri otomotif. Pelayanan yang dihasilkan oleh PT Perdana Jaya memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan yang diingikan oleh konsumen. Perusahaan melakukan pemasaran produk secara detail agar saat produk tersebut sampai ke konsumen dengan keadaan sesuai dengan harapan konsumen. Dalam proses pendistribusiaan produk, perusahaan melakukannya sendiri dengan mengirimkan armadanya langsung ke tempat konsumen yang dapat dijangkau dengan mobil.

PT CX Mobilindo melakukan pemasaran terhadap produk yang di jualnya dengan cara mengadakan pameran sparepart di beberapa mall kecil seperti supermarket. Tidak hanya melalui pameran saja, sales pun melakukan pemasaran melalui media online seperti media social, facebook.

b. Bidang Pemasaran

Semua kegiatan yang berada di dalam perusahaan tentu memerlukan biaya. Biaya merupakan bagian inti dari hidupnya sebuah perusahaan. PT CX Mobilindo pada awalnya hanya memiliki modal sebesar Rp 80 juta untuk pembelian sparepart dan kebutuhan kantor. Modal tersebut dimiliki oleh pemilik perusahaan yang saat itu memberanikan diri untuk membuka sebuah usaha. Seiring berjalannya waktu perusahaan mampu mengembangkan usahanya dan mengalami profit di setiap tahunnya. Di dalam perjalanannya perusahaan membuat pembukuan mengenai biaya yang dikeluarkan dan dana yang masuk pada kas perusahaan. Divisi keuangan setiap tahunnya membuat laporan keuangan menjadi beberapa laporan yang sesuai dengan sistematika keuangan. Laporan tersebut terdiri dari laporan laba rugi, laporan neraca, laporan arus kas dan laporan perubahan modal.

Selain itu, bagian keuangan juga melakukan kegiatan tukar faktur dengan pelanggan, melakukan penagihan faktur kepada pelanggan berdasarkan bon pesanan yang diterima dari bagian pemasaran, mengelola pembayaran piutang dari pelanggan.

c. Bidang Personalia

Pada bidang personalia, perusahaan akan fokus terhadap karyawan. Perusahaan akan mencari tenaga kerja yang terkadang masih menggunakan system kekerabatan. Namun yang memiliki *skill* dan kemampuan berpikir yang baik sehingga mampu menghasilkan ide–ide baru untuk kemajuan perusahaan saat melakukan proses penjualan sparepart mobil dan untuk mekanik service mobil dapat mengurangi resiko kecelakaan kerja bahkan tidak terjadi. Perusahaan juga memberikan gaji serta tunjangan yang jelas bagi karyawan dengan tujuan karyawan semakin giat dalam bekerja dan menggunakan kemampuan terbaiknya untuk memajukan citra perusahaan.

d. Bidang Jasa

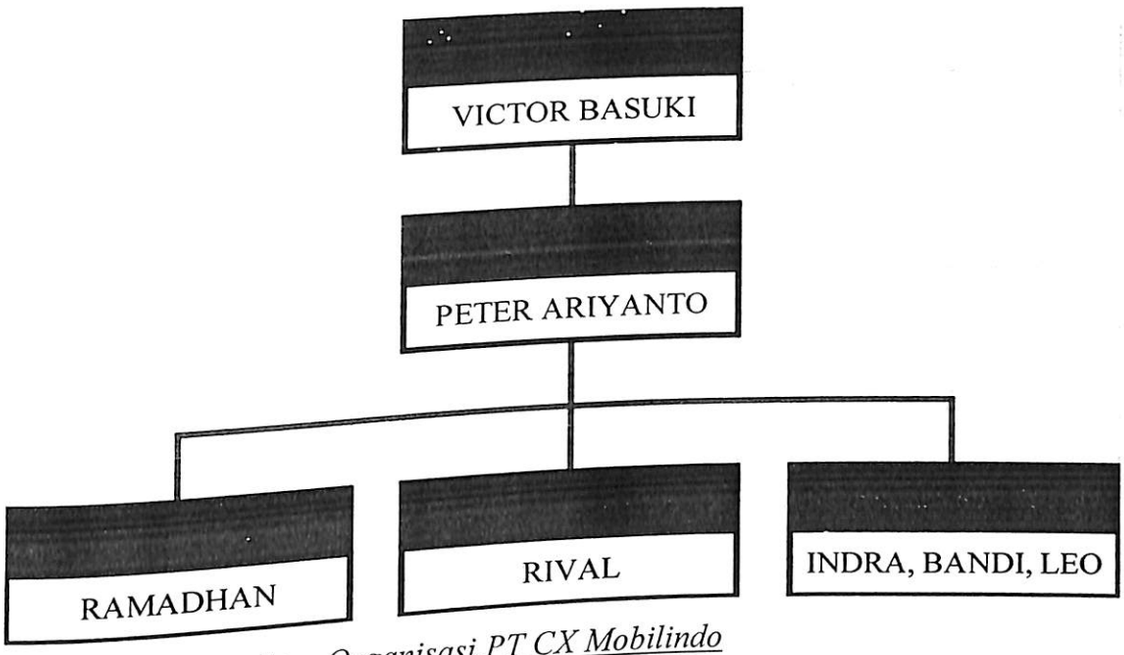
Dalam bidang pelayanan hanya 1 bagian. Yaitu pelayanan service sekaligus mekanik. Pada saat pertama konsumen datang akan disapa oleh atasan mekanik ditanyakan apa kebutuhannya. Jika konsumen tersebut ingin memperbaiki, merawat kendaraan nya secara berkala, dan mengganti sparepart mobilnya akan langsung didata mobilnya beserta berikan estimasi untuk beberapa kendala yang akan di service. Setelah didata mobilnya akan masuk kedalam nomor antrian dan konsumen bisa menunggu di ruang tungu atau kantin yang telah disediakan oleh perusahaan. Jika pengerjaan mobilnya telah selesai maka konsumen akan dihubungi oleh mekanik yang menangani mobil tersebut. Selain itu, jika konsumen ingin menanyakan atau membeli produk kita maka mekanikakan mengarahkan kita ke sales.

4.1.6. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan kerangka dari hubungan antara bagian-bagian dimana bagian-bagian ini terjalin dalam suatu sistem yang saling berkaitan dan saling membutuhkan satu sama lain. Struktur organisasi dapat digunakan sebagai alat komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan. Hal ini dikarenakan struktur organisasi mempunyai peran yang sangat besar di dalam mengatur dan mengelola suatu perusahaan secara sistematis

Struktur organisasi yang tersusun dengan baik akan memudahkan koordinasi, integrasi serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi suatu perusahaan didalam mencapai tujuan.

Berikut merupakan struktur organisasi PT CX Mobilindo secara keseluruhan:



Gambar 4.2 : Struktur Organisasi PT CX Mobilindo

4.1.7. Deskripsi Pekerjaan

Berikut ini adalah penjelasan serta gambaran mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian di PT CX Mobilindo :

a) Pemilik Usaha
   - Seorang *owner* perusahaan bertugas dalam mengawasi kinerja karyawannya
   - Mengembangkan perusahaan.
   - Mencoba menemukan peluang dan terobosan baru untuk perusahaan

b) Kepala Divisi
   - Menyiapkan kebutuhan sumber daya untuk pelaksanaan produksi PT CX Mobilindo
   - Merencanakan alokasi fasilitas dan proses produksi atas order pemesanan yang masuk
   - Menyiapkan jadwal pelaksaan produksi dan alokasi tenaga kerja
   - Memonitor kelancaran pelaksaan produksi di tempat kerja
   - Menetapkan kebutuhan maerial dan pendukung untuk keperluan proses produksi
   - Menambah atau mengurangi alokasi beban kerja sesuai perkembangan situasi di tempat kerja

c) Bagian Keuangan
   - Menginput kas masuk dan kas keluar perusahaan pada buku kas keluar
   - Menginput biaya service dan pendapatan service setiap harinya
   - Menginput dan membuat pajak masukan dan pajak keluaran setiap transaksi
   - Menerima pembayaran dari konsumen service
   - Mengumpulkan bukti – bukti pembayaran
   - Menerima laporan hasil penjualan

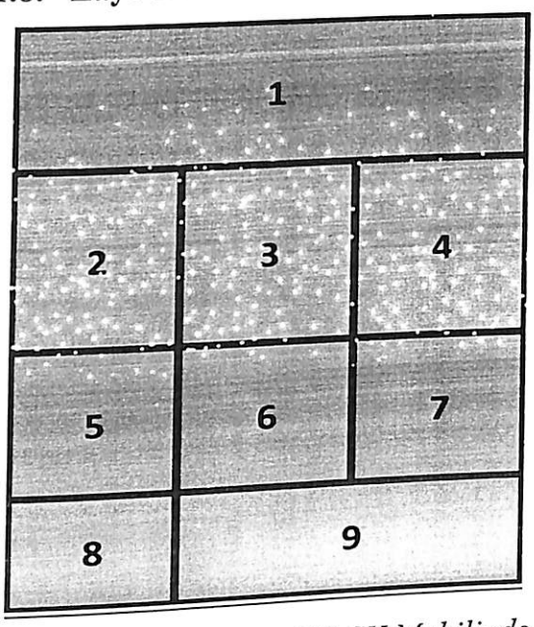
- Berkoordinasi dengan bagian *marketing* dalam hal penjualan barang, seperti melakukan transaksi pengiriman barang dan pembayaran tagihan kepada pelanggan.
- Personalia memiliki tugas dan tanggung jawab lebih kepada database karyawan, *payroll,* dan pembayaran benefit lainnya. Termasuk di dalamnya adalah pinjaman karyawan, absensi, pencatatan cuti tahunan, dan *filing document.*

d) Bagian Pemasaran
- Menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerja sama yang baik dengan konsumen
- Menurunkan langkah antisipatif dalam menghadapi penurunan order
- Melakukan analisa perilaku pasar atau konsumen sebagai dasar dalam menentukan kebijakan pemasaran

e) Bagian Service
- Menginformasikan kepada konsumen tentang service
- Membuat dan menginformasikan estimasi waktu dan biaya service kepada konsumen
- Membuat pengaturan jadwal service
- Melakukan penginputan data konsumen dan kendaraa yang ingin di service
- Membantu konsumen dalam pemesanan sparepart
- Melakukan penginputan riwayat service kendaraan yang akan di service
- Menentukan jenis dan jumlah barang-barang yang harus dibeli
- Membuat Purchase Order
- Memastikan bahwa Purchase Order sudah lengkap ditandatangani oleh Kepala Divisi
- Memeriksa barang yang diterima

- Memelihara barang di gudang
- Mengadaan pemeriksaan dan penganalisaan
- Mengadakan administrasi gudang
- Mengantisipasi keterlambatan datangnya barang
- Memastikan kualitas barang yang diproduksi
- Membagi tugas sesuai kemampuan anggota

4.1.8. Layout Perusahaan



Gambar 4.3. Layout PT CX Mobilindo

Sumber : Direktori PT CX Mobilindo (2018)

Keterangan layout :

1. Halaman
2. Ruang Tamu
3. Ruang Kantor
4. Ruang Kepala Divisi
5. Ruang Peralatan
6. Musholla
7. Gudang 1
8. Gudang 2

4.2. Analisis Data dan Pengolahan

4.2.1. Data Demografi Responden

Setelah peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen PT CX Mobilindo, dari kuesioner yang dibagikan kepada 125 responden peneliti memperoleh beberapa informasi tambahan mengenai data para responden, seperti: jenis kelamin, umur, pekerjaan dan pendidikan responden. Berikut ini data jumlah kuesioner yang diterima oleh peneliti berdasarkan data yang telah disebar.

a) Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, maka diperoleh penyebaran data pada tabel dan gambar diagram berikut:

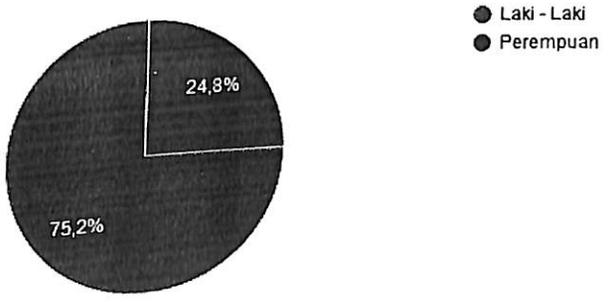
Tabel 4.1

Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki – Laki	94	24.8 %
2	Perempuan	31	75.2 %
	Total	125	100 %

Sumber : Data Diolah (2018)

Dari tabel responden berdasarkan jenis kelamin di atas dalam bentuk diagram pie adalah sebagai berikut :



Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data Diolah (2018)

b) Demografi Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan umur responden, maka diperoleh penyebaran data pada tabel dan gambar diagram berikut:

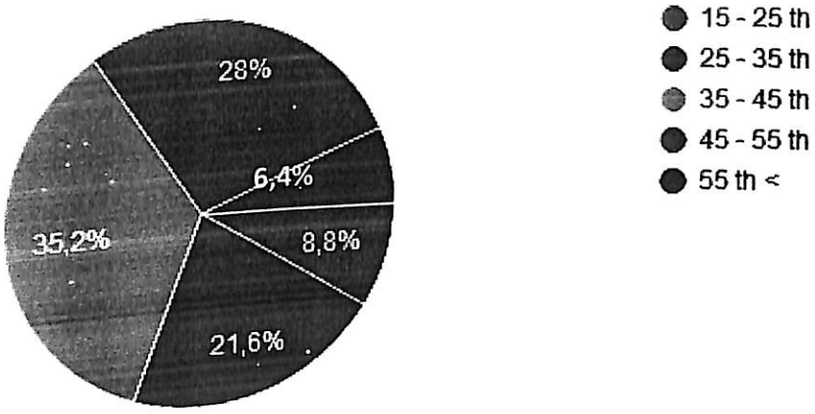
Tabel 4.2

Demografi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	15 – 25 th	11	8.8 %
2	25 – 35 th	27	21.6 %
3	35 – 45 th	44	35.2 %
4	45 – 55 th	35	28 %
5	> 55 th	8	6.4 %
	Total	125	100 %

Sumber : Data Diolah (2018)

Dari tabel responden berdasarkan umur di atas dalam bentuk diagram pie adalah sebagai berikut :



Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Umur

Sumber : Data Diolah (2018)

c) **Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan pekerjaan responden, maka diperoleh penyebaran data pada tabel dan gambar diagram berikut:

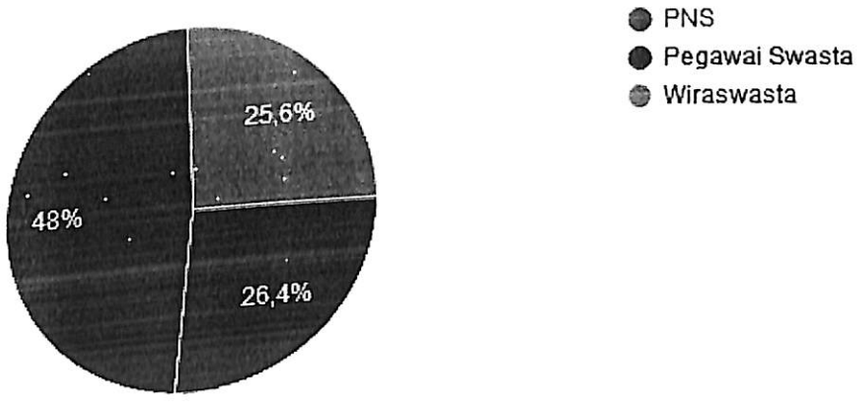
Tabel 4.3

Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	PNS	33	48 %
2	Pegawai Swasta	60	26.4 %
3	Wiraswasta	32	25.6 %
	Total	125	100 %

Sumber : Data Diolah (2018)

Dari tabel responden berdasarkan pekerjaan di atas dalam bentuk diagram pie adalah sebagai berikut :



Gambar 4.6 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber : Data Diolah (2018)

d) Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan responden, maka diperoleh penyebaran data pada tabel dan gambar diagram berikut:

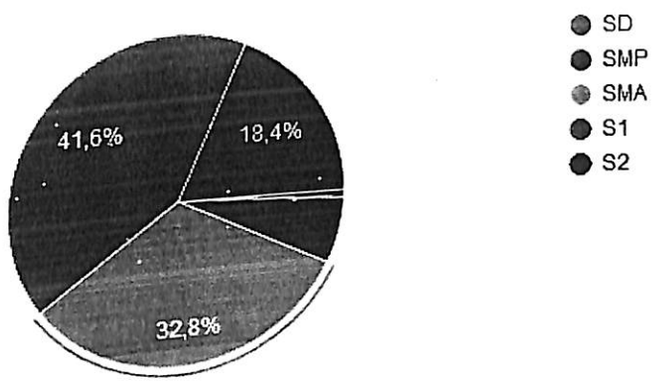
Tabel 4.4

Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SD	1	0.8 %
2	SMP	8	6.4 %
3	SMA	41	32.8 %
4	S1	52	41.6 %
5	S2	23	18.4 %
	Total	125	100 %

Sumber : Data Diolah (2018)

Dari tabel responden berdasarkan pendidikan di atas dalam bentuk diagram pie adalah sebagai berikut :



Gambar 4.7 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan

Sumber : Data Diolah (2018)

4.2.2. Uji Instrumen

4.2.2.1 Uji Validitas Konstruk

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.

- Perhitungan Manual

Tabel 4.5

Tabel Penolong Perhitungan Validitas Kuis A

Responden	X	Y	XY	X^2	Y^2
1	5	117	585	25	13689
2	4	109	436	16	11881
3	5	115	575	25	13225
4	4	110	440	16	12100
5	5	118	590	25	13924
6	4	112	448	16	12544
7	4	108	432	16	11664
8	5	106	530	25	11236
9	5	108	540	25	11664
10	5	117	585	25	13689
11	5	105	525	25	11025
12	5	111	555	25	12321
13	4	108	432	16	11664
14	5	111	555	25	12321
15	5	111	555	25	12321
16	4	105	420	16	11025
17	4	117	468	16	13689
18	3	74	222	9	5476

Responden	X	Y	XY	X^2	Y^2
19	4	110	440	16	12100
20	4	110	440	16	12100
21	5	112	560	25	12544
22	2	37	74	4	1369
23	5	107	535	25	11449
24	4	113	452	16	12769
25	4	101	404	16	10201
26	3	61	183	9	3721
27	4	119	476	16	14161
28	4	106	424	16	11236
29	2	43	86	4	1849
30	1	39	39	1	1521
31	4	106	424	16	11236
32	4	101	404	16	10201
33	4	102	408	16	10404
34	5	107	535	25	11449
35	4	100	400	16	10000
36	4	101	404	16	10201
37	5	111	555	25	12321
38	4	118	472	16	13924
39	5	115	575	25	13225
40	3	75	225	9	5625
41	5	116	580	25	13456
42	5	105	525	25	11025
43	4	108	432	16	11664
44	4	103	412	16	10609
45	2	38	76	4	1444
46	4	117	468	16	13689

Responden	X	Y	XY	X^2	Y^2
47	4	112	448	16	12544
48	4	101	404	16	10201
49	5	107	535	25	11449
50	4	111	444	16	12321
51	3	110	330	9	12100
52	4	110	440	16	12100
53	4	107	428	16	11449
54	4	101	404	16	10201
55	4	109	436	16	11881
56	4	106	424	16	11236
57	4	104	416	16	10816
58	4	107	428	16	11449
59	4	107	428	16	11449
60	4	105	420	16	11025
61	4	101	404	16	10201
62	4	108	432	16	11664
63	5	106	530	25	11236
64	2	49	98	4	2401
65	4	109	436	16	11881
66	4	107	428	16	11449
67	4	100	400	16	10000
68	4	109	436	16	11881
69	5	110	550	25	12100
70	2	50	100	4	2500
71	5	112	560	25	12544
72	4	115	460	16	13225
73	5	112	560	25	12544
74	4	109	436	16	11881
75	4	94	376	16	8836

Responden	X	Y	XY	X^2	Y^2
76	4	104	416	16	10816
77	4	104	416	16	10816
78	4	102	408	16	10404
79	4	106	424	16	11236
80	4	101	404	16	10201
81	4	104	416	16	10816
82	4	106	424	16	11236
83	4	100	400	16	10000
84	5	104	520	25	10816
85	4	100	400	16	10000
86	4	109	436	16	11881
87	4	105	420	16	11025
88	4	103	412	16	10609
89	4	102	408	16	10404
90	4	105	420	16	11025
91	4	103	412	16	10609
92	4	107	428	16	11449
93	2	43	86	4	1849
94	4	106	424	16	11236
95	4	104	416	16	10816
96	2	36	72	4	1296
97	4	108	432	16	11664
98	4	107	428	16	11449
99	4	103	412	16	10609
100	4	99	396	16	9801
101	4	107	428	16	11449
102	4	116	464	16	13456
103	4	103	412	16	10609
104	5	115	575	25	13225

Responden	X	Y	XY	X^2	Y^2
105	2	63	126	4	3969
106	5	115	575	25	13225
107	4	113	452	16	12769
108	4	102	408	16	10404
109	5	111	555	25	12321
110	5	112	560	25	12544
111	5	107	535	25	11449
112	4	108	432	16	11664
113	4	112	448	16	12544
114	5	108	540	25	11664
115	5	114	570	25	12996
116	2	67	134	4	4489
117	4	105	420	16	11025
118	4	108	432	16	11664
119	4	104	416	16	10816
120	4	105	420	16	11025
121	4	102	408	16	10404
122	4	105	420	16	11025
123	2	66	132	4	4356
124	4	100	400	16	10000
125	4	106	424	16	11236
TOTAL	**503**	**12676**	**52608**	**2107**	**1327906**

Sumber : Data Diolah (2018)

Validitas Pertanyaan A

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum X1.Y) - (\sum X1).(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X1^2) - (\sum X1)^2].[n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$= \frac{(125 \times 52608) - (503 \times 12676)}{\sqrt{[((125 \times (503)^2) - (503)^2] \times [((125 \times (12676)^2) - (12676)^2]}}$$

$$= \frac{6576000 - 6376028}{\sqrt{(263375 - 253009) \times (165988250 - 160680976)}}$$

$= 199972 / 234553,1971$

$=$ **0,853**

Perhitungan Validitas selanjutnya dibantu SPSS.

- Perhitungan dengan SPSS

Tabel 4.6

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Jasa (X_1)

(n = 125, α = 5%, r tabel = 0.1757, r hitung > 0.3, Sig < α)

Pertanyaan	r hitung	R tabel	Keterangan
A	0,853	0,1757	Valid
B	0,877	0,1757	Valid
C	0,859	0,1757	Valid
D	0,876	0,1757	Valid
E	0,856	0,1757	Valid
F	0,876	0,1757	Valid
G	0,841	0,1757	Valid
H	0,886	0,1757	Valid
I	0,884	0,1757	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

Tabel 4.7

Hasil Pengujian Validitas Variabel Target KPI (X_2)

(n = 125, α = 5%, r tabel = 0.1757, r hitung > 0.3, Sig < α)

Pertanyaan	r hitung	R tabel	Keterangan
J	0,861	0,1757	Valid
K	0,824	0,1757	Valid
L	0,840	0,1757	Valid
M	0,802	0,1757	Valid
N	0,881	0,1757	Valid
O	0,805	0,1757	Valid
P	0,815	0,1757	Valid
Q	0,784	0,1757	Valid
R	0,830	0,1757	Valid
S	0,869	0,1757	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

Tabel 4.8

Hasil Pengujian Validitas Variabel Penjualan (Y)

(n = 125, α = 5%, r tabel = 0.1757, r hitung > 0.3, Sig < α)

Pertanyaan	r hitung	R table	Keterangan
T	0,837	0,1757	Valid
U	0,867	0,1757	Valid
V	0,817	0,1757	Valid
W	0,880	0,1757	Valid
X	0,823	0,1757	Valid
Y	0,877	0,1757	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas, selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas. Suatu instrumen dikatakan reliabel bila digunakan untuk mengukur berkali-kali menghasilkan data yang sama. Untuk pengujian reliabilitas digunakan metode *Cronbach's Alpha.* Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* > 0,6.

- Perhitungan Manual

Tabel 4.9

Tabel Jawaban Kuisioner Kualitas Jasa (X1)

Responden	A	B	C	D	E	F	G	H	I	∑X
1	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41
6	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39
7	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
9	5	5	5	4	4	4	5	4	4	40
10	5	5	4	4	5	5	5	5	4	42
11	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
14	5	5	4	5	4	5	4	4	4	40

Responden	A	B	C	D	E	F	G	H	I	∑X
15	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42
16	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
17	4	4	5	5	5	4	4	5	4	40
18	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
19	4	5	5	4	4	5	5	5	4	41
20	4	4	4	5	5	5	4	5	4	40
21	5	4	5	5	5	4	4	4	5	41
22	2	1	2	1	2	1	2	1	2	14
23	5	5	4	5	5	4	3	4	4	39
24	4	5	5	5	5	4	4	5	4	41
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	3	2	3	2	2	3	3	1	2	21
27	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
28	4	5	5	4	4	4	4	4	5	39
29	2	2	3	2	1	1	2	2	2	17
30	1	2	1	2	2	1	2	2	1	14
31	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

Responden	A	B	C	D	E	F	G	H	I	∑X
33	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
34	5	5	4	5	4	4	4	4	4	39
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
37	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
38	4	4	5	5	5	5	4	5	4	41
39	5	4	5	4	4	4	5	4	4	39
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
41	5	4	5	4	5	4	5	5	5	42
42	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
43	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
44	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
45	2	1	2	1	2	2	2	2	1	15
46	4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
47	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	5	5	4	4	4	4	4	5	4	39
50	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41

Responden	A	B	C	D	E	F	G	H	I	∑X
51	3	5	4	4	5	4	4	4	5	38
52	4	5	4	5	4	5	5	4	4	40
53	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	4	4	5	4	4	5	4	5	4	39
56	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
57	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
58	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
59	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
60	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
62	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
63	5	4	5	4	4	4	4	5	4	39
64	2	2	2	2	2	1	2	3	1	17
65	4	4	4	5	4	5	5	4	4	39
66	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38

Responden	A	B	C	D	E	F	G	H	I	∑X
69	5	5	4	4	4	5	5	5	4	41
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
71	5	4	4	4	5	4	5	5	5	41
72	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41
73	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
74	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
75	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
77	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
80	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
83	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
85	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35

Responden	A	B	C	D	E	F	G	H	I	∑X
86	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
93	2	2	1	2	2	2	1	1	2	15
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
95	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
96	2	1	1	2	1	1	1	2	2	13
97	4	4	4	4	2	4	4	4	4	34
98	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
101	4	4	4	5	5	4	5	5	4	40
102	4	5	5	5	4	5	5	5	5	43
103	4	5	3	3	5	4	3	4	5	36

Responden	A	B	C	D	E	F	G	H	I	∑X
104	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
105	2	2	2	2	2	3	2	2	2	19
106	5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
107	4	5	4	5	5	4	5	5	5	42
108	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
109	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
110	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42
111	5	4	5	4	5	5	4	4	4	40
112	4	4	5	4	5	4	5	4	3	38
113	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
114	5	4	5	4	4	4	5	5	4	40
115	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
116	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

Responden	A	B	C	D	E	F	G	H	I	∑X
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
123	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
TOTAL	503,00	504,00	497,00	505,00	505,00	494,00	501,00	507,00	492,00	4508,00

Sumber : Data Diolah (2018)

Tabel 4.10

Tabel Penolong Perhitungan Reliabilitas

A^2	B^2	C^2	D^2	E^2	F^2	G^2	H^2	I^2	∑X	$\sum X^2$
25	25	16	25	16	16	16	25	25	41	1681
16	16	16	16	25	16	16	25	16	38	1444
25	16	25	25	25	25	25	25	16	43	1849
16	16	16	16	16	25	25	25	16	39	1521
25	25	16	16	16	16	25	25	25	41	1681
16	16	16	16	25	16	16	25	25	39	1521
16	25	25	16	16	16	16	16	16	38	1444

A^2	B^2	C^2	D^2	E^2	F^2	G^2	H^2	I^2	$\sum X$	$\sum X^2$
25	16	16	16	16	16	16	16	16	37	1369
25	25	25	16	16	16	25	16	16	40	1600
25	25	16	16	25	25	25	25	16	42	1764
25	16	16	25	16	16	16	16	16	38	1444
25	16	16	16	16	16	16	16	16	37	1369
16	16	16	16	16	16	16	16	25	37	1369
25	25	16	25	16	25	16	16	16	40	1600
25	16	25	25	25	16	25	25	16	42	1764
16	16	16	16	25	25	16	16	16	38	1444
16	16	25	25	25	16	16	25	16	40	1600
9	9	9	9	9	4	9	9	9	26	676
16	25	25	16	16	25	25	25	16	41	1681
16	16	16	25	25	25	16	25	16	40	1600
25	16	25	25	25	16	16	16	25	41	1681
4	1	4	1	4	1	4	1	4	14	196
25	25	16	25	25	16	9	16	16	39	1521
16	25	25	25	25	16	16	25	16	41	1681
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296

A^2	B^2	C^2	D^2	E^2	F^2	G^2	H^2	I^2	$\sum X$	$\sum X^2$
9	4	9	4	4	9	9	1	4	21	441
16	25	25	25	25	16	25	25	25	43	1849
16	25	25	16	16	16	16	16	25	39	1521
4	4	9	4	1	1	4	4	4	17	289
1	4	1	4	4	1	4	4	1	14	196
16	25	16	16	16	16	16	16	16	37	1369
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	25	16	16	37	1369
25	25	16	25	16	16	16	16	16	39	1521
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
25	16	16	25	25	16	25	25	25	42	1764
16	16	25	25	25	25	16	25	16	41	1681
25	16	25	16	16	16	25	16	16	39	1521
9	9	9	9	9	9	9	9	9	27	729
25	16	25	16	25	16	25	25	25	42	1764
25	25	16	16	16	16	16	16	16	38	1444
16	25	16	16	25	16	16	16	25	39	1521

A^2	B^2	C^2	D^2	E^2	F^2	G^2	H^2	I^2	$\sum X$	$\sum X^2$
16	16	16	25	25	25	16	16	16	39	1521
4	1	4	1	4	4	4	4	1	15	225
16	16	25	16	25	16	25	16	16	39	1521
16	16	16	25	16	16	25	25	25	40	1600
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
25	25	16	16	16	16	16	25	16	39	1521
16	25	16	16	25	25	25	25	16	41	1681
9	25	16	16	25	16	16	16	25	38	1444
16	25	16	25	16	25	25	16	16	40	1600
16	25	16	16	25	16	16	16	25	39	1521
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	25	16	16	25	16	25	16	39	1521
16	16	16	25	16	16	16	16	25	38	1444
16	25	16	16	25	16	16	16	16	38	1444
16	16	25	25	16	16	16	16	16	38	1444
16	16	25	25	16	16	16	16	16	38	1444
16	16	16	16	16	25	25	25	16	39	1521
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296

A^2	B^2	C^2	D^2	E^2	F^2	G^2	H^2	I^2	$\sum X$	$\sum X^2$
16	16	25	25	16	25	16	16	16	39	1521
25	16	25	16	16	16	16	25	16	39	1521
4	4	4	4	4	1	4	9	1	17	289
16	16	16	25	16	25	25	16	16	39	1521
16	16	16	25	25	16	25	16	16	39	1521
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	25	16	16	25	16	16	38	1444
25	25	16	16	16	25	25	25	16	41	1681
4	4	4	4	4	4	4	4	4	18	324
25	16	16	16	25	16	25	25	25	41	1681
16	16	25	25	25	16	16	25	25	41	1681
25	16	16	16	25	25	25	16	16	40	1600
16	25	16	16	16	16	25	16	16	38	1444
16	16	9	16	16	16	16	16	16	35	1225
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	9	16	16	35	1225
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296

A^2	B^2	C^2	D^2	E^2	F^2	G^2	H^2	I^2	$\sum X$	$\sum X^2$
16	16	9	16	16	16	16	16	16	35	1225
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	9	16	16	16	16	16	16	35	1225
25	16	16	16	16	16	16	16	16	37	1369
16	16	16	16	16	16	9	16	16	35	1225
16	25	16	25	16	16	25	25	16	40	1600
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	9	16	16	16	35	1225
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
4	4	1	4	4	4	1	1	4	15	225
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	25	16	16	16	16	16	16	16	37	1369
4	1	1	4	1	1	1	4	4	13	169
16	16	16	16	4	16	16	16	16	34	1156

A^2	B^2	C^2	D^2	E^2	F^2	G^2	H^2	I^2	$\sum X$	$\sum X^2$
16	16	16	16	16	16	9	16	16	35	1225
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	25	25	16	25	25	16	40	1600
16	25	25	25	16	25	25	25	25	43	1849
16	25	9	9	25	16	9	16	25	36	1296
25	25	16	25	16	25	16	25	25	42	1764
4	4	4	4	4	9	4	4	4	19	361
25	16	25	16	25	25	16	25	16	41	1681
16	25	16	25	25	16	25	25	25	42	1764
16	16	16	16	16	25	25	16	16	38	1444
25	25	16	25	16	25	16	25	25	42	1764
25	25	25	25	25	16	25	16	16	42	1764
25	16	25	16	25	25	16	16	16	40	1600
16	16	25	16	25	16	25	16	9	38	1444
16	25	25	25	25	25	25	25	25	44	1936
25	16	25	16	16	16	25	25	16	40	1600
25	25	25	25	25	25	16	25	16	43	1849

A^2	B^2	C^2	D^2	E^2	F^2	G^2	H^2	I^2	$\sum X$	$\sum X^2$
4	4	4	4	4	4	4	4	4	18	324
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
4	4	4	4	4	4	4	4	4	18	324
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
16	16	16	16	16	16	16	16	16	36	1296
2107,00	2130,00	2067,00	2135,00	2139,00	2050,00	2103,00	2153,00	2024,00	4508,00	168570,00

Sumber : Data Diolah (2018)

Kemudian menghitung varian dengan Rumus $[\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2 / n] / n$, dengan hasil :

- Varian Butir A

  $= [\ 2107 - (503)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2107 - 2024{,}072) / 125$

  $= 0{,}663424$

- Varian Butir B

  $= [\ 2130 - (504)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2130 - 2032{,}128) / 125$

  $= 0{,}782976$

- Varian Butir C

  $= [\ 2067 - (497)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2067 - 1976{,}072) / 125$

  $= 0{,}727424$

- Varian Butir D

  $= [\ 2135 - (505)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2135 - 2040{,}2) / 125$

  $= 0{,}7584$

- Varian Butir E

  $= [\ 2139 - (505)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2139 - 2040{,}2) / 125$

  $= 0{,}7904$

- Varian Butir F

  $= [\ 2050 - (494)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2050 - 1952{,}288) / 125$

  $= 0{,}781696$

- Varian Butir G

  $= [\ 2103 - (501)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2103 - 2008{,}008) / 125$

  $= 0{,}759936$

- Varian Butir H

  $= [\ 2153 - (507)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2153 - 2056{,}392) / 125$

  $= 0{,}772864$

- Varian Butir I

  $= [\ 2024 - (492)^2 / 125] / 125$

  $= (\ 2024 - 1936{,}512) / 125$

  $= 0{,}699904$

Kemudian cari total varian dengan cara menjumlahkan semua varian tiap butir:

$\sum \mathbf{\Omega_t^2} = 0{,}663424 + 0{,}782976 + 0{,}727424 + 0{,}7584 + 0{,}7904 + 0{,}781696 + 0{,}759936 + 0{,}772864 + 0,\ 0{,}699904 =$ **6,737024**

Lalu cari varian butir totalnya dengan rumus $\Omega_t^2 = [\sum X^2 - (\sum X)^2 / n] / n$

$= [168570 - (4508)^2 / 125] / 125$

$= (168570 - 162576{,}512) / 125$

= **47,947904**

Selanjutnya cari reliabilitas dengan Rumus sebagai berikut :

[k/k-1] [1-($\sum \mathbf{\Omega_t^2} / \mathbf{\Omega_t^2}$)], dengan k adalah jumlah pertanyaan yang diajukan.

Hasil Reliabilitas Variabel X1

$= [9/9-1]\ [1 - (6{,}737024 / 47{,}947904)]$

$= 1{,}125 \times 0{,}8589$

= **0,967**

Untuk Variabel lain dibantu hitung dengan SPSS 20

- Perhitungan SPSS

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Jasa (X_1)

(n = 125, α = 5%, r hitung > 0.6)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,967	9

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Target KPI (X_2)

(n = 125, α = 5%, r hitung > 0.6)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,960	10

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penjualan (Y)

(n = 125, α = 5%, r hitung > 0.6)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,953	6

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Reliabilitas Kualitas Jasa (X_1), Target KPI (X_2) dan Penjualan (Y)

(n = 125, α = 5%, r hitung > 0.6)

Variabel	X_1	X_2	Y
Jumlah Butir Pertanyaan	10	4	7
Cronbach's Alpha	0,967	0,960	0,953
Koefisien reliabilitas >	0,6	0,6	0,6
Keterangan	Reliabel	Reliabel	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

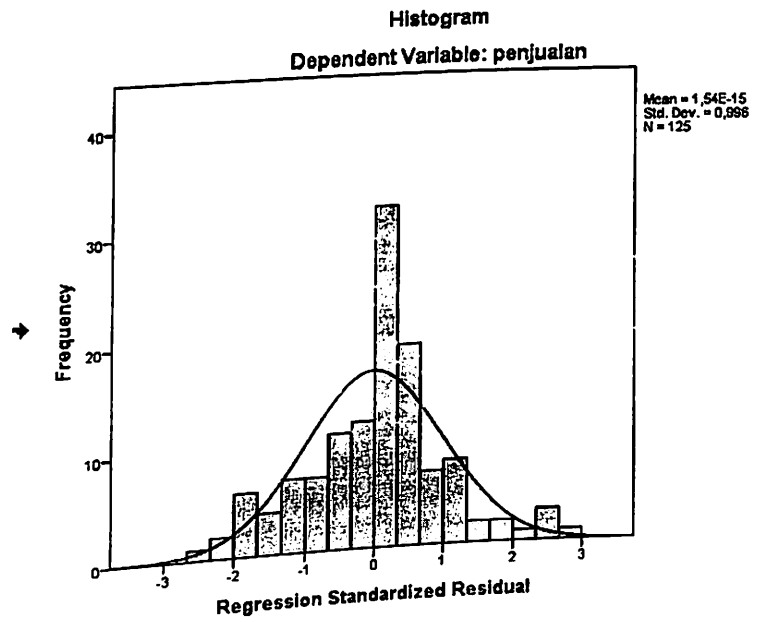
4.2.4.2. Uji Normalitas

i. Kurva Histogram

Pada kurva histogram, model memenuhi asumsi normalitas jika bentuk kurva simetris atau tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan kurva histogram

a. Kurva histogram Kualitas Jasa Terhadap Penjualan

Kurva histogram untuk pengujian normalitas regresi linear antara kualitas jasa terhadap penjualan dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :

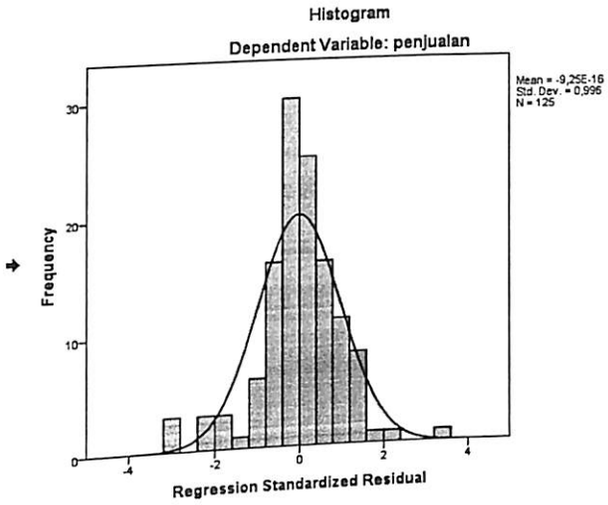


Gambar 4.8 Kurva Histogram Kualitas Jasa terhadap Penjualan

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

b. Kurva histogram Target KPI Terhadap Penjualan

Kurva histogram untuk pengujian normalitas regresi linear antara Target KPI terhadap Penjualan dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :

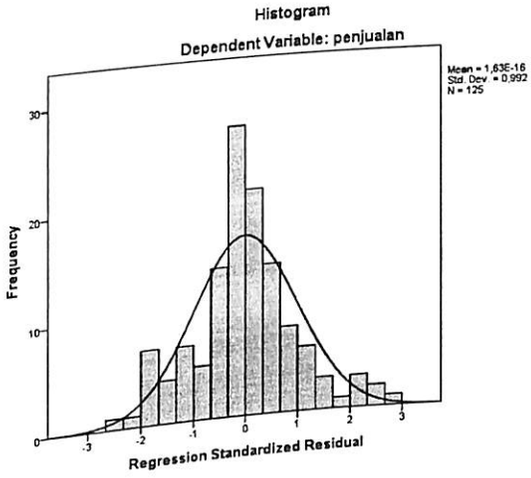


Gambar 4.9 Kurva Histogram Target KPI terhadap Penjualan

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

c. Kurva histogram Kualitas Jasa dan Target KPI Terhadap Penjualan

Kurva histogram untuk pengujian normalitas regresi linear antara kualitas jasa dan target KPI terhadap Penjualan dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :



Gambar 4.10 Kurva Histogram Kualitas Jasa &Target KPI terhadap Penjualan

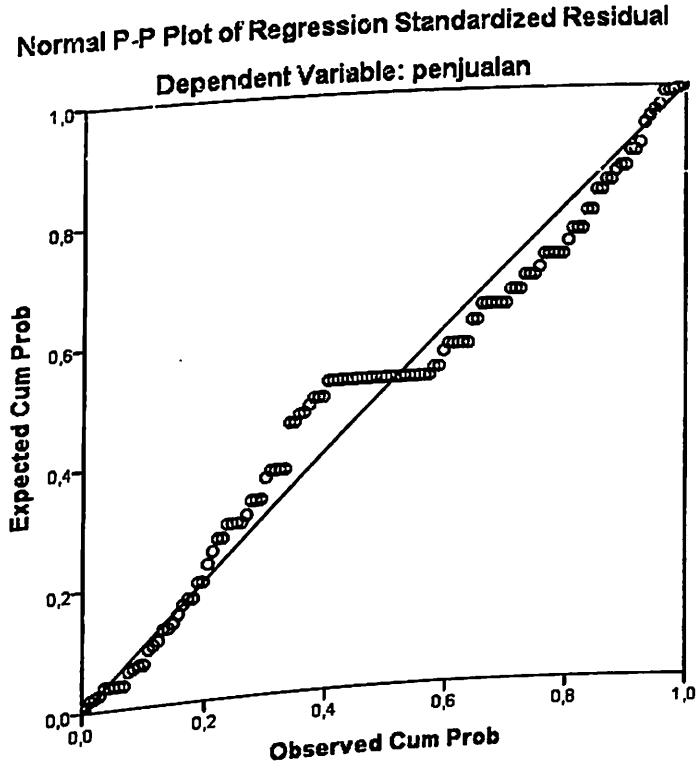
Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

ii. **Grafik Normal P-P Plot**

Pada grafik normal p-p plot, model memenuhi asumsi normalitas jika titik –titik pada kurva berhimpit mengikuti garis diagonalnya. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal p-p plot :

a. **Kurva Normal P-P Plot Kualitas Jasa Terhadap Penjualan**

Kurva normal p-p plot untuk pengujian normalitas regresi linear antara kualitas jasa terhadap penjualan dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

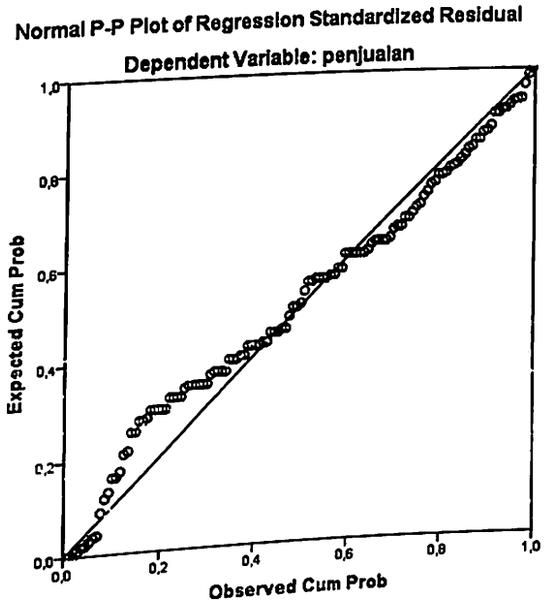


Gambar 4.11 Kurva P-Plot Kualitas Jasa terhadap Penjualan

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

b. Kurva Normal P-P Plot Target Terhadap Penjualan

Kurva normal p-p plot untuk pengujian normalitas regresi linear antara target KPI terhadap penjualan dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :

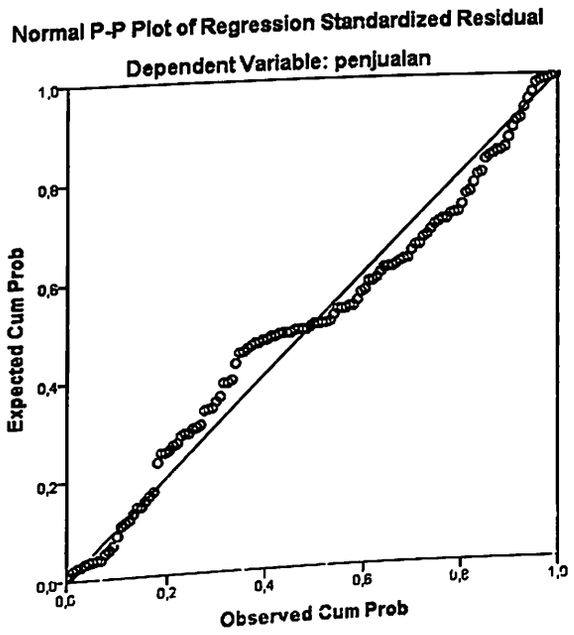


Gambar 4.12 Kurva P-Plot Target KPI terhadap Penjualan

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

c. Kurva Normal P-P Plot Kualitas Jasa dan Target KPI Terhadap Penjualan

Kurva normal p-p plot untuk pengujian normalitas regresi linear antara kualitas jasa dan target KPI terhadap penjualan dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :



Gambar 4.13 Kurva P-Plot Kualitas Jasa &Target KPI terhadap Penjualan

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

4.2.4.3. Uji Multikolinieritas

Pendeteksian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF >10 dan tingkat tolerance < 0.1, maka terdapat gejala multikolinearitas tinggi (Sanusi, 2011).

- Perhitungan Manual

Tabel 4.15

Tabel Penolong Uji Multikolinieritas

Responden	X1	X2	$X1^2$	$X2^2$	X1.X2
1	4,56	4,65	20,75	21,6225	21,18333
2	4,22	4,45	17,83	19,8025	18,78889
3	4,78	4,5	22,83	20,25	21,5
4	4,33	4,65	18,78	21,6225	20,15
5	4,56	4,7	20,75	22,09	21,41111

Responden	X1	X2	$X1^2$	$X2^2$	X1.X2
6	4,33	4,55	18,78	20,7025	19,71667
7	4,22	4,25	17,83	18,0625	17,94444
8	4,11	4,05	16,90	16,4025	16,65
9	4,44	4,35	19,75	18,9225	19,33333
10	4,67	4,3	21,78	18,49	20,06667
11	4,22	4,2	17,83	17,64	17,73333
12	4,11	4,35	16,90	18,9225	17,88333
13	4,11	4,35	16,90	18,9225	17,88333
14	4,44	4,45	19,75	19,8025	19,77778
15	4,67	4,35	21,78	18,9225	20,3
16	4,22	4,55	17,83	20,7025	19,21111
17	4,44	3,95	19,75	15,6025	17,55556
18	2,89	3,65	8,35	13,3225	10,54444
19	4,56	4,3	20,75	18,49	19,58889
20	4,44	4,2	19,75	17,64	18,66667
21	4,56	2,75	20,75	7,5625	12,52778
22	1,56	2,8	2,42	7,84	4,355556
23	4,33	4,5	18,78	20,25	19,5
24	4,56	4,45	20,75	19,8025	20,27222
25	4,00	3,3	16,00	10,89	13,2
26	2,33	3,6	5,44	12,96	8,4
27	4,78	4,4	22,83	19,36	21,02222
28	4,33	2,85	18,78	8,1225	12,35
29	1,89	1,5	3,57	2,25	2,833333
30	1,56	2,8	2,42	7,84	4,355556
31	4,11	4,15	16,90	17,2225	17,06111
32	4,00	4,05	16,00	16,4025	16,2
33	4,11	4,05	16,90	16,4025	16,65
34	4,33	4,05	18,78	16,4025	17,55
35	4,00	4	16,00	16	16
36	4,00	4,25	16,00	18,0625	17
37	4,67	4,65	21,78	21,6225	21,7
38	4,56	4,8	20,75	23,04	21,86667
39	4,33	3,9	18,78	15,21	16,9
40	3,00	3,75	9,00	14,0625	11,25
41	4,67	4,35	21,78	18,9225	20,3
42	4,22	4,25	17,83	18,0625	17,94444

Responden	X1	X2	$X1^2$	$X2^2$	X1.X2
43	4,33	4,15	18,78	17,2225	17,98333
44	4,33	2,75	18,78	7,5625	11,91667
45	1,67	3,2	2,78	10,24	5,333333
46	4,33	4,65	18,78	21,6225	20,15
47	4,44	4,2	19,75	17,64	18,66667
48	4,00	4,15	16,00	17,2225	16,6
49	4,33	4,5	18,78	20,25	19,5
50	4,56	4,55	20,75	20,7025	20,72778
51	4,22	4,4	17,83	19,36	18,57778
52	4,44	4,35	19,75	18,9225	19,33333
53	4,33	4,15	18,78	17,2225	17,98333
54	4,00	4,1	16,00	16,81	16,4
55	4,33	4,3	18,78	18,49	18,63333
56	4,22	4,3	17,83	18,49	18,15556
57	4,22	4,25	17,83	18,0625	17,94444
58	4,22	4,3	17,83	18,49	18,15556
59	4,22	4,2	17,83	17,64	17,73333
60	4,33	4,1	18,78	16,81	17,76667
61	4,00	4,15	16,00	17,2225	16,6
62	4,33	4,25	18,78	18,0625	18,41667
63	4,33	3,15	18,78	9,9225	13,65
64	1,89	3,2	3,57	10,24	6,044444
65	4,33	4,35	18,78	18,9225	18,85
66	4,33	4,15	18,78	17,2225	17,98333
67	4,00	4,05	16,00	16,4025	16,2
68	4,22	4,25	17,83	18,0625	17,94444
69	4,56	3,2	20,75	10,24	14,57778
70	2,00	3,25	4,00	10,5625	6,5
71	4,56	4,6	20,75	21,16	20,95556
72	4,56	4,65	20,75	21,6225	21,18333
73	4,44	4,55	19,75	20,7025	20,22222
74	4,22	4,1	17,83	16,81	17,31111
75	3,89	4,05	15,12	16,4025	15,75
76	4,00	4,45	16,00	19,8025	17,8
77	3,89	4,5	15,12	20,25	17,5
78	4,00	4,55	16,00	20,7025	18,2
79	4,00	4,4	16,00	19,36	17,6

Responden	X1	X2	$X1^2$	$X2^2$	X1.X2
80	3,89	4,3	15,12	18,49	16,72222
81	4,00	4,5	16,00	20,25	18
82	4,00	4,35	16,00	18,9225	17,4
83	3,89	4,15	15,12	17,2225	16,13889
84	4,11	4,15	16,90	17,2225	17,06111
85	3,89	4,25	15,12	18,0625	16,52778
86	4,44	4,45	19,75	19,8025	19,77778
87	4,00	4,45	16,00	19,8025	17,8
88	3,89	4,4	15,12	19,36	17,11111
89	4,00	4,45	16,00	19,8025	17,8
90	4,00	4,4	16,00	19,36	17,6
91	4,00	4,5	16,00	20,25	18
92	4,00	3,15	16,00	9,9225	12,6
93	1,67	3,1	2,78	9,61	5,166667
94	4,00	4,55	16,00	20,7025	18,2
95	4,11	3	16,90	9	12,33333
96	1,44	3,25	2,09	10,5625	4,694444
97	3,78	4,9	14,27	24,01	18,51111
98	3,89	4,55	15,12	20,7025	17,69444
99	4,00	4	16,00	16	16
100	4,00	3,95	16,00	15,6025	15,8
101	4,44	4,5	19,75	20,25	20
102	4,78	4,55	22,83	20,7025	21,73889
103	4,00	4,55	16,00	20,7025	18,2
104	4,67	4	21,78	16	18,66667
105	2,11	4,05	4,46	16,4025	8,55
106	4,56	4,8	20,75	23,04	21,86667
107	4,67	4,35	21,78	18,9225	20,3
108	4,22	4,25	17,83	18,0625	17,94444
109	4,67	4,55	21,78	20,7025	21,23333
110	4,67	4,45	21,78	19,8025	20,76667
111	4,44	4,45	19,75	19,8025	19,77778
112	4,22	4,5	17,83	20,25	19
113	4,89	4,4	23,90	19,36	21,51111
114	4,44	4,55	19,75	20,7025	20,22222
115	4,78	3,9	22,83	15,21	18,63333
116	2,00	3,8	4,00	14,44	7,6

Responden	X1	X2	$X1^2$	$X2^2$	X1.X2
117	4,00	4,65	16,00	21,6225	18,6
118	4,00	4,6	16,00	21,16	18,4
119	4,00	4,45	16,00	19,8025	17,8
120	4,00	4,3	16,00	18,49	17,2
121	4,00	4,25	16,00	18,0625	17
122	4,00	3,7	16,00	13,69	14,8
123	2,00	3,5	4,00	12,25	7
124	4,00	4,3	16,00	18,49	17,2
125	4,00	4,6	16,00	21,16	18,4
TOTAL	500,89	517,25	2081,11	2176,40	2103,33

Sumber : Data Diolah (2018)

$$RX1X2 = \frac{(n \times \sum X_1X_2) - (X_1 \times X_2)}{\sqrt{[(n \times \sum X_1^2)\ (\sum X_1)^2] \times [(n \times \sum X_2^2)\ (\sum X_2)^2]}}$$

$$= \frac{(125 \times 2103,33) - (500,89)\ (517,25)}{\sqrt{[(125 \times 2081,11) - (500,89)^2] \times [(125 \times 2176,40) - (517,25)^2}}$$

$$= \frac{262916,25 - 259085,352}{6452,778}$$

$$= 0,5936$$

VIF : $1 / 1\text{-}R^2$

$= 1/ 1\text{-} (0,5936)^2$

$= 1 / 1 - 0,35236$

$= 1/0,6476$

= 1,544

Tolerance : 1/ VIF

= 1/ 1,544

= 0,647

- Perhitungan dengan SPSS

Tabel 4.16

Hasil Uji Multikolinieritas Variabel X1, X2 & Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,272	,224		1,214	,227		
	kualitas jasa	,835	,046	,864	18,024	,000	,647	1,544
	target kpi	,091	,066	,066	1,367	,174	,647	1,544

a. Dependent Variable: penjualan

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

4.2.4.4. Uji Heteroskedasitas

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan Metode Glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.17

Hasil Uji Hetersokedasitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,345	,153		2,255	,026		
	kualitas jasa	,023	,032	,081	,720	,473	,647	1,544
	target kpi	-,050	,045	-,123	-1,097	,275	,647	1,544

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

4.2.4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana & Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kualitas jasa dan Target KPI) dalam penelitian ini terhadap variabel terikatnya (penjualan). Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 20 , di dapat hasil seperti di bawah ini.

- **Perhitungan Manual**

Tabel 4.18

Tabel Penolong Perhitungan Regresi Linier Sederhana & Berganda

Responden	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	X1.X2	X1.Y	X2.Y
1	4,56	4,65	4,50	20,75	21,6225	20,25	21,18333	20,5	20,93
2	4,22	4,45	4,50	17,83	19,8025	20,25	18,78889	19	20,03
3	4,78	4,5	4,50	22,83	20,25	20,25	21,5	21,5	20,25
4	4,33	4,65	4,33	18,78	21,6225	18,78	20,15	18,77778	20,15
5	4,56	4,7	4,83	20,75	22,09	23,36	21,41111	22,01852	22,72
6	4,33	4,55	4,50	18,78	20,7025	20,25	19,71667	19,5	20,48
7	4,22	4,25	4,17	17,83	18,0625	17,36	17,94444	17,59259	17,71
8	4,11	4,05	4,83	16,90	16,4025	23,36	16,65	19,87037	19,58
9	4,44	4,35	4,50	19,75	18,9225	20,25	19,33333	20	19,58
10	4,67	4,3	4,83	21,78	18,49	23,36	20,06667	22,55556	20,78

Responden	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	X1.X2	X1.Y	X2.Y
11	4,22	4,2	4,50	17,83	17,64	20,25	17,73333	19	18,90
12	4,11	4,35	5,00	16,90	18,9225	25,00	17,88333	20,55556	21,75
13	4,11	4,35	4,67	16,90	18,9225	21,78	17,88333	19,18519	20,30
14	4,44	4,45	4,50	19,75	19,8025	20,25	19,77778	20	20,03
15	4,67	4,35	4,00	21,78	18,9225	16,00	20,3	18,66667	17,40
16	4,22	4,55	4,17	17,83	20,7025	17,36	19,21111	17,59259	18,96
17	4,44	3,95	4,67	19,75	15,6025	21,78	17,55556	20,74074	18,43
18	2,89	3,65	3,00	8,35	13,3225	9,00	10,54444	8,666667	10,95
19	4,56	4,3	4,33	20,75	18,49	18,78	19,58889	19,74074	18,63
20	4,44	4,2	4,50	19,75	17,64	20,25	18,66667	20	18,90
21	4,56	2,75	5,00	20,75	7,5625	25,00	12,52778	22,77778	13,75
22	1,56	2,8	1,50	2,42	7,84	2,25	4,355556	2,333333	4,20
23	4,33	4,5	4,33	18,78	20,25	18,78	19,5	18,77778	19,50
24	4,56	4,45	4,00	20,75	19,8025	16,00	20,27222	18,22222	17,80
25	4,00	3,3	4,00	16,00	10,89	16,00	13,2	16	13,20
26	2,33	3,6	2,50	5,44	12,96	6,25	8,4	5,833333	9,00
27	4,78	4,4	4,83	22,83	19,36	23,36	21,02222	23,09259	21,27
28	4,33	2,85	4,33	18,78	8,1225	18,78	12,35	18,77778	12,35

Responden	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	X1.X2	X1.Y	X2.Y
29	1,89	1,5	1,67	3,57	2,25	2,78	2,833333	3,148148	2,50
30	1,56	2,8	1,83	2,42	7,84	3,36	4,355556	2,851852	5,13
31	4,11	4,15	4,50	16,90	17,2225	20,25	17,06111	18,5	18,68
32	4,00	4,05	4,00	16,00	16,4025	16,00	16,2	16	16,20
33	4,11	4,05	4,17	16,90	16,4025	17,36	16,65	17,12963	16,88
34	4,33	4,05	4,50	18,78	16,4025	20,25	17,55	19,5	18,23
35	4,00	4	4,00	16,00	16	16,00	16	16	16,00
36	4,00	4,25	4,17	16,00	18,0625	17,36	17	16,66667	17,71
37	4,67	4,65	4,00	21,78	21,6225	16,00	21,7	18,66667	18,60
38	4,56	4,8	4,83	20,75	23,04	23,36	21,86667	22,01852	23,20
39	4,33	3,9	4,67	18,78	15,21	21,78	16,9	20,22222	18,20
40	3,00	3,75	3,00	9,00	14,0625	9,00	11,25	9	11,25
41	4,67	4,35	4,83	21,78	18,9225	23,36	20,3	22,55556	21,03
42	4,22	4,25	4,17	17,83	18,0625	17,36	17,94444	17,59259	17,71
43	4,33	4,15	4,33	18,78	17,2225	18,78	17,98333	18,77778	17,98
44	4,33	2,75	4,00	18,78	7,5625	16,00	11,91667	17,33333	11,00
45	1,67	3,2	1,33	2,78	10,24	1,78	5,333333	2,222222	4,27
46	4,33	4,65	4,83	18,78	21,6225	23,36	20,15	20,94444	22,48

Responden	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	X1.X2	X1.Y	X2.Y
47	4,44	4,2	4,67	19,75	17,64	21,78	18,66667	20,74074	19,60
48	4,00	4,15	4,17	16,00	17,2225	17,36	16,6	16,66667	17,29
49	4,33	4,5	4,17	18,78	20,25	17,36	19,5	18,05556	18,75
50	4,56	4,55	3,83	20,75	20,7025	14,69	20,72778	17,46296	17,44
51	4,22	4,4	4,67	17,83	19,36	21,78	18,57778	19,7037	20,53
52	4,44	4,35	4,33	19,75	18,9225	18,78	19,33333	19,25926	18,85
53	4,33	4,15	4,17	18,78	17,2225	17,36	17,98333	18,05556	17,29
54	4,00	4,1	4,17	16,00	16,81	17,36	16,4	16,66667	17,08
55	4,33	4,3	4,67	18,78	18,49	21,78	18,63333	20,22222	20,07
56	4,22	4,3	4,00	17,83	18,49	16,00	18,15556	16,88889	17,20
57	4,22	4,25	4,00	17,83	18,0625	16,00	17,94444	16,88889	17,00
58	4,22	4,3	4,33	17,83	18,49	18,78	18,15556	18,2963	18,63
59	4,22	4,2	4,33	17,83	17,64	18,78	17,73333	18,2963	18,20
60	4,33	4,1	4,17	18,78	16,81	17,36	17,76667	18,05556	17,08
61	4,00	4,15	4,00	16,00	17,2225	16,00	16,6	16	16,60
62	4,33	4,25	4,50	18,78	18,0625	20,25	18,41667	19,5	19,13
63	4,33	3,15	4,00	18,78	9,9225	16,00	13,65	17,33333	12,60
64	1,89	3,2	2,00	3,57	10,24	4,00	6,044444	3,777778	6,40

Responden	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	X1.X2	X1.Y	X2.Y
65	4,33	4,35	4,33	18,78	18,9225	18,78	18,85	18,77778	18,85
66	4,33	4,15	4,17	18,78	17,2225	17,36	17,98333	18,05556	17,29
67	4,00	4,05	4,00	16,00	16,4025	16,00	16,2	16	16,20
68	4,22	4,25	5,00	17,83	18,0625	25,00	17,94444	21,11111	21,25
69	4,56	3,2	4,17	20,75	10,24	17,36	14,57778	18,98148	13,33
70	2,00	3,25	2,00	4,00	10,5625	4,00	6,5	4	6,50
71	4,56	4,6	4,33	20,75	21,16	18,78	20,95556	19,74074	19,93
72	4,56	4,65	4,50	20,75	21,6225	20,25	21,18333	20,5	20,93
73	4,44	4,55	4,33	19,75	20,7025	18,78	20,22222	19,25926	19,72
74	4,22	4,1	4,33	17,83	16,81	18,78	17,31111	18,2963	17,77
75	3,89	4,05	3,67	15,12	16,4025	13,44	15,75	14,25926	14,85
76	4,00	4,45	4,00	16,00	19,8025	16,00	17,8	16	17,80
77	3,89	4,5	4,00	15,12	20,25	16,00	17,5	15,55556	18,00
78	4,00	4,55	3,50	16,00	20,7025	12,25	18,2	14	15,93
79	4,00	4,4	4,00	16,00	19,36	16,00	17,6	16	17,60
80	3,89	4,3	4,00	15,12	18,49	16,00	16,72222	15,55556	17,20
81	4,00	4,5	4,00	16,00	20,25	16,00	18	16	18,00
82	4,00	4,35	4,00	16,00	18,9225	16,00	17,4	16	17,40

Responden	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	X1.X2	X1.Y	X2.Y
83	3,89	4,15	4,00	15,12	17,2225	16,00	16,13889	15,55556	16,60
84	4,11	4,15	4,17	16,90	17,2225	17,36	17,06111	17,12963	17,29
85	3,89	4,25	4,00	15,12	18,0625	16,00	16,52778	15,55556	17,00
86	4,44	4,45	4,17	19,75	19,8025	17,36	19,77778	18,51852	18,54
87	4,00	4,45	4,00	16,00	19,8025	16,00	17,8	16	17,80
88	3,89	4,4	4,00	15,12	19,36	16,00	17,11111	15,55556	17,60
89	4,00	4,45	3,67	16,00	19,8025	13,44	17,8	14,66667	16,32
90	4,00	4,4	4,00	16,00	19,36	16,00	17,6	16	17,60
91	4,00	4,5	4,00	16,00	20,25	16,00	18	16	18,00
92	4,00	3,15	4,00	16,00	9,9225	16,00	12,6	16	12,60
93	1,67	3,1	2,00	2,78	9,61	4,00	5,166667	3,333333	6,20
94	4,00	4,55	4,00	16,00	20,7025	16,00	18,2	16	18,20
95	4,11	3	3,67	16,90	9	13,44	12,33333	15,07407	11,00
96	1,44	3,25	1,33	2,09	10,5625	1,78	4,694444	1,925926	4,33
97	3,78	4,9	4,00	14,27	24,01	16,00	18,51111	15,11111	19,60
98	3,89	4,55	4,00	15,12	20,7025	16,00	17,69444	15,55556	18,20
99	4,00	4	4,00	16,00	16	16,00	16	16	16,00
100	4,00	3,95	4,33	16,00	15,6025	18,78	15,8	17,33333	17,12

Responden	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	X1.X2	X1.Y	X2.Y
101	4,44	4,5	4,17	19,75	20,25	17,36	20	18,51852	18,75
102	4,78	4,55	4,17	22,83	20,7025	17,36	21,73889	19,90741	18,96
103	4,00	4,55	4,00	16,00	20,7025	16,00	18,2	16	18,20
104	4,67	4	4,17	21,78	16	17,36	18,66667	19,44444	16,67
105	2,11	4,05	2,00	4,46	16,4025	4,00	8,55	4,222222	8,10
106	4,56	4,8	4,17	20,75	23,04	17,36	21,86667	18,98148	20,00
107	4,67	4,35	4,00	21,78	18,9225	16,00	20,3	18,66667	17,40
108	4,22	4,25	4,00	17,83	18,0625	16,00	17,94444	16,88889	17,00
109	4,67	4,55	4,00	21,78	20,7025	16,00	21,23333	18,66667	18,20
110	4,67	4,45	4,00	21,78	19,8025	16,00	20,76667	18,66667	17,80
111	4,44	4,45	4,00	19,75	19,8025	16,00	19,77778	17,77778	17,80
112	4,22	4,5	4,00	17,83	20,25	16,00	19	16,88889	18,00
113	4,89	4,4	4,00	23,90	19,36	16,00	21,51111	19,55556	17,60
114	4,44	4,55	4,00	19,75	20,7025	16,00	20,22222	17,77778	18,20
115	4,78	3,9	4,00	22,83	15,21	16,00	18,63333	19,11111	15,60
116	2,00	3,8	3,00	4,00	14,44	9,00	7,6	6	11,40
117	4,00	4,65	4,00	16,00	21,6225	16,00	18,6	16	18,60
118	4,00	4,6	4,00	16,00	21,16	16,00	18,4	16	18,40

Responden	X1	X2	Y	$X1^2$	$X2^2$	Y^2	X1.X2	X1.Y	X2.Y
119	4,00	4,45	4,00	16,00	19,8025	16,00	17,8	16	17,80
120	4,00	4,3	4,00	16,00	18,49	16,00	17,2	16	17,20
121	4,00	4,25	4,17	16,00	18,0625	17,36	17	16,66667	17,71
122	4,00	3,7	4,17	16,00	13,69	17,36	14,8	16,66667	15,42
123	2,00	3,5	3,00	4,00	12,25	9,00	7	6	10,50
124	4,00	4,3	4,00	16,00	18,49	16,00	17,2	16	17,20
125	4,00	4,6	4,00	16,00	21,16	16,00	18,4	16	18,40
TOTAL	500,89	517,25	499,00	2081,11	2176,40	2061,00	2103,33	2064,09	2093,72

Sumber : Data Diolah (2018)

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Dalam analisis regresi linear sederhana hanya menggunakan satu variabel independen (kualitas jasa) dan satu variabel dependen (penjualan), dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{(499)(2081,11) - (500,89)(2064.09)}{125\ (2081,11) - (500,89)^2}$$

$$= \frac{(1038473.89) - (1033882.04)}{(260138.75)-(250890.79)}$$

$$= \frac{4591.85}{9247.96}$$

$$= \mathbf{0.496}$$

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{125(2064.09) - (500,89)(499)}{125\ (2081,11) - (500,89)^2}$$

$$= \frac{(258011.25) - (249944.11)}{(260138.75)-(250890.79)}$$

$$= \frac{8066.89}{9247.96}$$

$$= \mathbf{0.872}$$

Persamaan regresi sederhana tersebut sebagai berikut:

Y = 0.496+ 0,872 X

- **Kurva Regresi Sederhana X1 terhadap Y**

X = 0 , Y = **0,496**

X = 1, Y = 0.496 + (0.872x1)

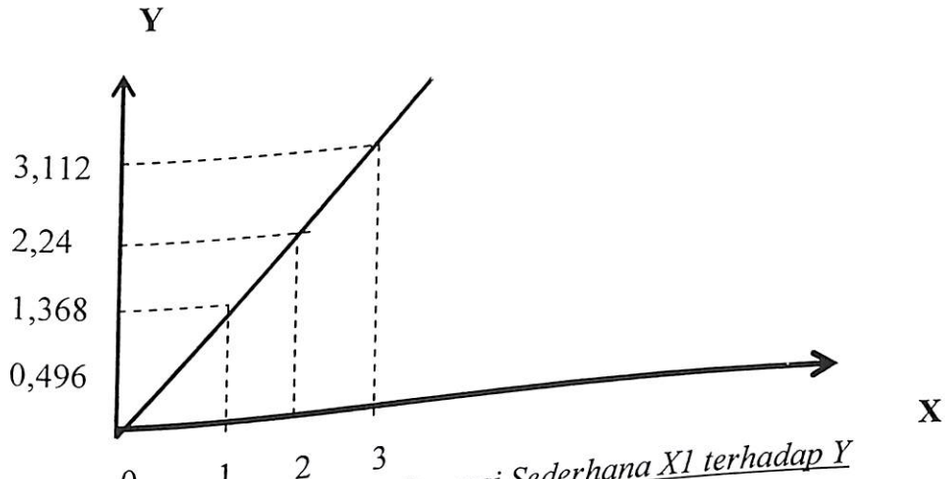
= **1,368**

X = 2, Y = 0.496 + (0.872x2)

= **2,24**

X = 1, Y = 0.496 + (0.872x3)

= **3,112**



Gambar 4.14 Kurva Regresi Sederhana X1 terhadap Y

Dalam analisis regresi linear sederhana hanya menggunakan satu variabel independen (target KPI) dan satu variabel dependen (penjualan) dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{(499)(2176.4) - (517.25)(2093.72)}{125\ (2176.40) - (517.25)^2}$$

$$= \frac{(1086023.6) - (1082976.67)}{(272050)-(267547.56)}$$

$$= \frac{3046.93}{4502.44}$$

$$= \mathbf{0.678}$$

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{125(2093.72) - (517.25)(499)}{125\ (2176.40) - (517.25)^2}$$

$$= \frac{(261715) - (258107.75)}{(272050)-(267547.56)}$$

$$= \frac{3607.25}{4502.44}$$

$$= \mathbf{0.801}$$

Persamaan regresi sederhana tersebut sebagai berikut:

$$Y = 0.678 + 0.801\ X$$

- **Kurva Regresi Sederhana X2 terhadap Y**

X = 0 , Y = **0,678**

X = 1, Y = 0.678 + (0.801x1)

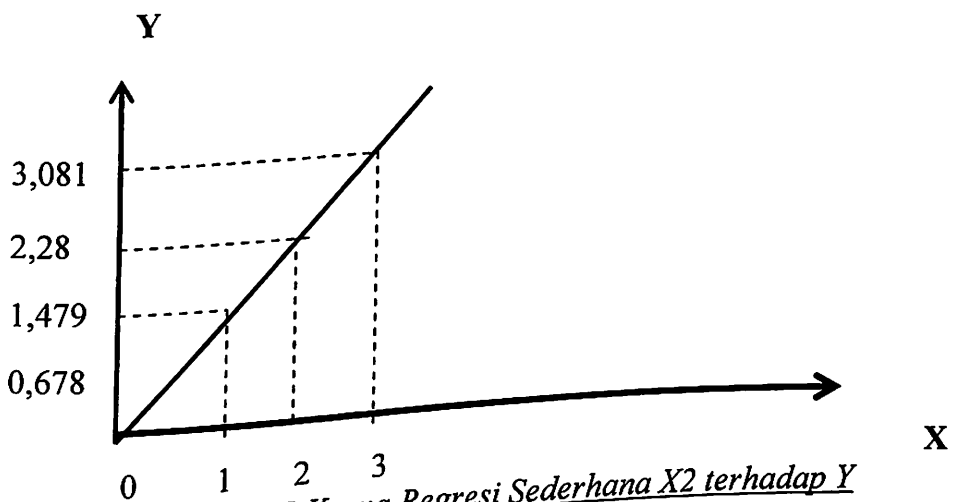
= **1,479**

X = 2, Y = 0.678 + (0.801x2)

= **2,28**

X = 1, Y = 0.678 + (0.801x3)

= **3,081**



Gambar 4.15 Kurva Regresi Sederhana X2 terhadap Y

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Menghitung Skor Deviasi

1) $\sum x_1{}^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$

$= 2081{,}11 - (500{,}89)^2 / 125$

$= 2081{,}11 - 2007{,}12$

$= 73.993$

2) $\sum x_2{}^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$

$= 2176{,}40 - (517{,}25)^2 / 125$

$= 2176{,}40 - 2140{,}38$

$= 36{,}017$

3) $\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$

$= 2061{,}00 - (499)^2 / 125$

$= 2061 - 1992$

$= 68{,}992$

4) $\sum x_1 y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$

$= 2064{,}09 - (500{,}89 \times 499) / 125$

$= 2064{,}09 - 1999.55$

$= 64{,}544$

5) $\sum x_2 y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$

$= 2093{,}72 - (517{,}25 \times 499)/125$

$= 2093{,}72 - 2064{,}862$

$= 28.858$

6) $\sum x_1 x_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$

$= 2103{,}33 - (500{,}89 \times 517{,}25) / 125$

$= 2103{,}33 - 2072{,}68$

$= 30{,}65$

7). $\sum X_1 = \sum X_1 / n$

$= 500,89 / 125$

$= 4,007$

8). $\sum X_2 = \sum X_2 / n$

$= 517,25 / 125$

$= 4,138$

Rumus Regresi Linier Berganda

$$b_1 = \frac{[(\sum x_2^2 \times \sum x_1 y) - (\sum x_2 y \times \sum x_1 x_2)]}{[(\sum x_1^2 \times \sum x_2^2) - (\sum x_1 \times x_2)^2]}:$$

$$= \frac{[(36,017 \text{ x } 64,544) - (28.854 \text{ x } 30.65)]}{[(73,993 \text{ x } 36,017) - (30,65)^2]}$$

$= (2324,686 - 884,38) / (2665,030 - 939.395)$

$= 1440,303 / 1725.63$

= 0,835

$$b_2 = \frac{[(\sum x_1^2 \times \sum x_2 y) - (\sum x_1 y \times \sum x_1 x_2)]}{[(\sum x_1^2 \times \sum x_2^2) - (\sum x_1 \times x_2)^2]}$$

$$= \frac{[(73,993 \text{ x } 28.854) - (64,53 \text{ x } 30.65)]}{[(73,993 \text{ x } 36,017) - (30,65)^2}$$

$= (2135,062 - 1978.249) / (2665,030 - 939.395)$

$= 156,813 / 1725,635$

= 0.091

$$a = \frac{(\sum Y) - (b_1 \times \sum X_1) - (b_2 \times \sum X_2)}{n}:$$

$$= \frac{499 - (0,835 \text{ x } 500,89) - (0.091 \text{ x } 517,25)}{125}$$

$= (499 - 418,24 - 47,06) / 125$

$= 33,7 / 125$

= 0.271

Persamaan Regresi Berganda X1 & X2 terhadap Y

$$\mathbf{Y = 0{,}271 + 0{,}835\ X_1 + 0.091\ X_2}$$

Kurva Regresi

- $\hat{Y} = \mathbf{0{,}271 + 0{,}835X_1}$ $\mid \mathbf{X_2 = 0}$

$X_1 = 0$, $Y = \mathbf{0{,}217}$

$X_1 = 1$, $Y = 0{,}271 + (0{,}835x1)$

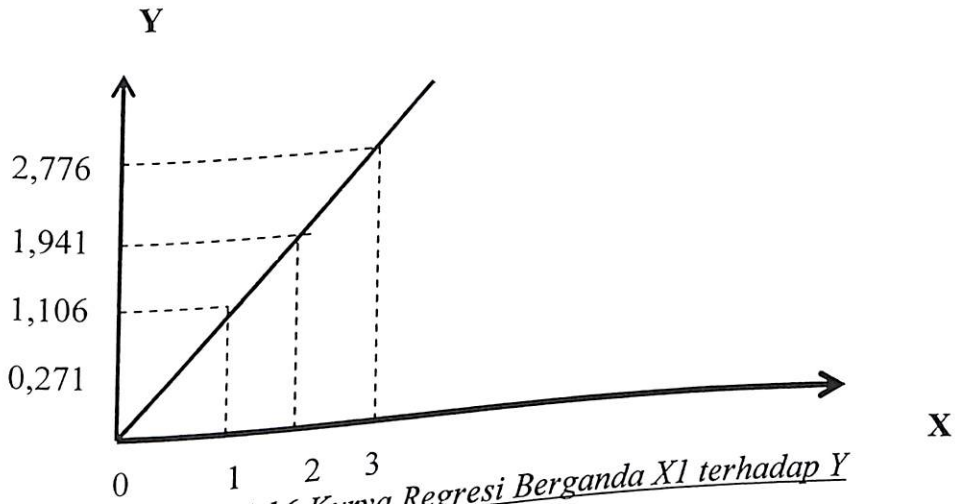
$= \mathbf{1{,}106}$

$X_1 = 2$, $Y = 0{,}271 + (0{,}835x2)$

$= \mathbf{1{,}941}$

$X_1 = 1$, $Y = 0{,}271 + (0{,}835x3)$

$= \mathbf{2{,}776}$



Gambar 4.16 Kurva Regresi Berganda X1 terhadap Y

- $\hat{Y} = 0{,}271 + 0{,}091X_1 \mid X_1 = 0$

$X_2 = 0$, Y = **0,217**

$X_2 = 1$, Y = 0,271 + (0,091x1)

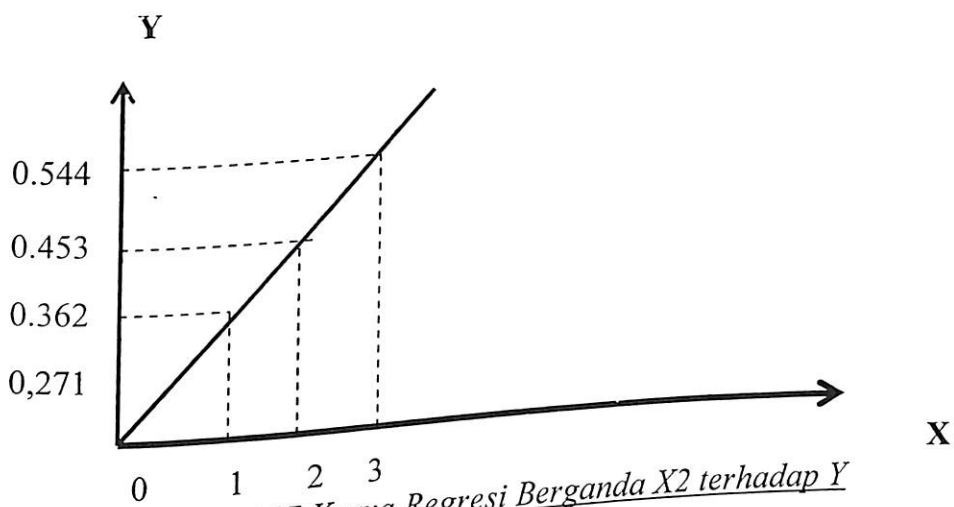
= **0,362**

$X_2 = 2$, Y = 0,271 + (0,091x2)

= **0,453**

$X_2 = 1$, Y = 0,271 + (0,091x3)

= **0,544**



Gambar 4.17 Kurva Regresi Berganda X2 terhadap Y

- **Perhitungan dengan SPSS**

Tabel 4.19

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana X1 dengan Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,497	,153		3,256	,001
	x1	,872	,037	,903	23,325	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

Tabel 4.20

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana X2 dengan Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,678	,425		1,596	,113
	x2	,801	,102	,579	7,868	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

Tabel 4.21

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda X1,X2 terhadap Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,272	,224		1,214	,227		
	kualitas jasa	,835	,046	,864	18,024	,000	,647	1,544
	target kpi	,091	,066	,066	1,367	,174	,647	1,544

a. Dependent Variable: penjualan

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

4.2.5. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinan

Nilai koefisien korelasi untuk mengetahui tingkat keeratan antara variabel independen dengan veriabel dependen. Koefisien korelasi ini memiliki nilai antara -1 dan +1($-1 \leq KK \leq +1$). Sedangkan nilai koefisien determinan dimaksudkan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dari kedua variabel mengingat penelitian ini adalah penelitian regresi linear berganda. Nilai koefisien determinan dapat dilihat dari kolom *R Square*.

- Perhitungan Manual

a) Nilai korelasi parsial antara X_1 dengan Y

$$r_{X1.Y} = \frac{n(\sum X_1 Y) - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n.\sum X_1{}^2 - (\sum X_1)^2\}\{n.\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$= \frac{(125 \text{ x } 2064{,}09) - (500.89 \text{ x } 499)}{\sqrt{[(125 \text{ x } 2081{,}11) - (500{,}89)^2]\,[(125 \text{ x } 2061) - (499)^2]}}$$

$$= \frac{258011{,}6 - 249943}{\sqrt{9249{,}21 - 8624}}$$

$$= 8068{,}019 \,/\, 8931{,}136$$

$$= 0{,}903$$

b) Nilai korelasi parsial antara X_2 dengan Y

$$r_{X2.Y} = \frac{n(\sum X_2 Y) - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{\{n.\sum X_2{}^2 - (\sum X_2)^2\}\{n.\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$= \frac{(125 \text{ x } 2093.72) - (517{,}25 \text{ x } 499)}{\sqrt{[(125 \text{ x } 2176{,}40) - (517{,}25)^2]\,[(125 \text{ x } 2061) - (499)^2]}}$$

$$= \frac{261714,6 - 258107,8}{\sqrt{4502,125 - 8624}}$$

$= 3606,833 / 6231,077$

$= 0,5788$

c) Nilai korelasi parsial antara X_1 dengan X_2

$$r_{X1.X2} = \frac{n(\sum X_1 X_2) - (\sum X_1)(\sum X_2)}{\sqrt{\{n.\sum X_1{}^2 - (\sum X_1)^2\}\{n.\sum X_2{}^2 - (\sum X_2)^2\}}}$$

$$= \frac{(125 \text{ x } 2103,33) - (500.89 \text{ x } 517,25)}{\sqrt{[(125 \text{ x } 2081,11) - (500,89)^2]\,[(125 \text{ x } 2176,40) - (517,25)^2]}}$$

$$= \frac{262916 - 259084,8}{\sqrt{9249,21 - 4502,125}}$$

$= 3831,194 / 6452,991$

$= 0,5937$

Rumus koefisien Korelasi dan Determinan

$$R^2 = \frac{[(RX_1Y)^2 + (RX_2Y)^2)] - (2 \text{ x } RX_1Y \text{ x } RX_2Y \text{ x } RX_1X_2)}{1 - (RX_1X_2)^2}$$

$$= \frac{[\,(0.903)^2 + (0,578)^2\,] - (2 \text{ x } 0,903 \text{ x } 0,578 \text{ x } 0,593\,)}{1 - (0,593)^2}$$

$= (1,151 - 0,62) / 0,647$

$= 0,53 / 0,647$

$\mathbf{R^2 = 0,818}$

$R = \sqrt{0,818}$

$\mathbf{= 0,905}$

- Perhitungan SPSS

Tabel 4.22

Hasil Pengujian Koefesien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,905[a]	,818	,815	,32049

a. Predictors: (Constant), target kpi, kualitas jasa

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

4.2.6. Uji Hipotesis

4.2.6.1. Hasil Uji F (Simultan)

Uji model dilakukan dengan menggunakan nilai F, namun sebelumnya dilakukan perhitungan koefisien deteminasi (R2) untuk mengetahui seberapa besar konstribusi variabel kualitas jasa dan target KPI terhadap penjualan. Hipotesis statistik dinyatakan untuk melihat pengaruh secara simultan, f tabel = 3.07

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ [5%; df = k; n – (k + 1)] maka H0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ [5%; df = k; n – (k + 1)] maka H0 ditolak

Hipotesisnya :

Ho3 : Tidak Terdapat Pengaruh kualitas jasa dan target KPI Terhadap penjualan

Ha3 : Terdapat Pengaruh kualitas jasa dan target KPI Terhadap penjualan

- Perhitungan Manual

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (n-m-1)}{m (1 - R^2)}$$

ket : R^2 = Koefisien Korelasi

n = jumlah sampel

m = jumlah variabel bebas

$$F_{hitung} = \frac{0{,}818\ (125-2-1)}{2\ (1-0{,}818)}$$

$$= 99{,}899 / 0{,}364$$

$$= \mathbf{274{,}45}$$

$$\mathbf{F_{tabel} = 3{,}07 < F_{hitung} = 274{,}45}$$

- Perhitungan SPSS

Tabel 4.23

Hasil Uji F

(F tabel = 3.07)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56,472	2	28,236	274,894	,000[b]
	Residual	12,531	122	,103		
	Total	69,003	124			

a. Dependent Variable: penjualan

b. Predictors: (Constant), target kpi, kualitas jasa

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

4.2.6.2. Hasil Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan Untuk menguji variabel secara parsial agar dapat diketahui secara parsial mengenai pengaruh dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu kualitas jasa dan target KPI dan satu variabel dependen yaitu penjualan.

Untuk memberikan gambaran mengenai hipotesis yang akan diuji berikut ini adalah hipotesisnya :

Ho1 : Tidak Terdapat Pengaruh kualitas jasa Terhadap penjualan.

H1 : Terdapat Pengaruh kualitas jasa Terhadap penjualan

Ho2 : Tidak Terdapat Pengaruh Target KPI Terhadap penjualan

H2 : Terdapat Pengaruh Target KPI Terhadap penjualan

- Perhitungan Manual

Perhitungan Varians

$$s^2_{x_1x_2} = \frac{\sum y^2 - \{(b_1(\sum x_1y) + b_2(\sum x_2y))\}}{n - m - 1}$$

$$= \frac{68{,}992 - [\,(0{,}835 \text{ x } 64{,}544) + (0{,}091 \text{ x } 28{,}858)]}{125 - 2 - 1}$$

$$= \frac{68{,}992 - (53{,}894 - 2{,}626)}{122}$$

$$= 12{,}471682 \,/\, 122$$

$$= 0{,}1022$$

Std Deviasi Regresi berganda = $\sqrt{0{,}102}$

$S\ x_1\ x_2 = 0{,}3197$

Perhitungan Std Error

$$S_{b_1} = \frac{S_{x_1x_2}}{\sqrt{\{(\sum x_1^2 - n(\sum \bar{x}_1^2)^2)(1-(r_{x_1x_2})^2)\}}}$$

$$= \frac{0,3197}{\sqrt{(2081,11 - 125\ (4,007)^2\ )\ (1-(0,5937)^2}}$$

$$= \frac{0,3197}{\sqrt{\ (2081,11 - 2007,006)\ \text{x}\ (\ 1 - 0,352\ )^2}}$$

$= 0,3197 / 6,92$

$= 0,0147$

$= 0,046$

$$S_{b_2} = \frac{S_{x_1x_2}}{\sqrt{\{(\sum x_2^2 - n(\sum \bar{x}_2^2)^2)(1-(r_{x_1x_2})^2)\}}}$$

$$= \frac{0,3197}{\sqrt{(\ 2176,40 - 125\ (4,138)^2\ )\ (1-(0,5937)^2}}$$

$$= \frac{0,3197}{\sqrt{\ (2176,40 - 2140,38)\ \text{x}\ (\ 1 - 0,352\ )}}$$

$= 0,3197 / 4,829$

$= 0,0662$

T hitung b1 = b1/ Sb1

$= 0,835 / 0,046$

= 18,152

T hitung b2 = b2/ Sb2

$= 0,091 / 0,0662$

= 1.37

- Perhitungan SPSS

Tabel 4.24

Hasil Uji-t

(n = 125, t tabel = 1.979)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,272	,224		1,214	,227
	kualitas jasa	,835	,046	,864	18,024	,000
	target kpi	,091	,066	,066	1,367	,174

a. Dependent Variable: penjualan

Sumber : Pengolahan Data SPSS Windows 20 (2018)

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB V
PEMBAHASAN

5.1.Uji Instrumen

5.1.1 Uji Validitas Konstruk

Berdasarkan tabel di bab 4, diperoleh keterangan bahwa dari 9 butir pertanyaan untuk variabel Kualitas Jasa (X_1), 10 butir pertanyaan untuk variabel Target KPI (X_2) dan 6 butir pertanyaan untuk variabel Penjualan (Y), dapat dilihat bahwa keseluruhan item dinyatakan valid atau dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data karena r_{hitung} semua butir pertanyaan untuk variabel kualitas jasa, target kpi dan penjualan lebih besar dari r_{tabel} dan 0,3, serta Sig < 0.05 Sehingga dapat digunakan untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

5.1.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas untuk variable **X_1**, diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,967. Skor tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga item pernyataan untuk variabel **X_1** dapat dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas untuk variabel **X_2**, diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,960. Skor tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga item pernyataan untuk variabel **X_2** dapat dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas untuk variabel **Y**, diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,953. Skor tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga item pernyataan untuk variabel **Y** dapat dinyatakan reliabel.

Dari hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan dapat disimpulkan baik variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Penjualan (Y) dapat

dinyatakan reliabel, artinya bila digunakan untuk mengukur berkali-kali menghasilkan data yang sama. Sehingga dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

5.2.Uji Asumsi Klasik

5.2.1. Uji Normalitas

Pada kurva histogram, model memenuhi asumsi normalitas karena bentuk kurva simetris atau tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan.

Pada grafik normal p-p plot, model memenuhi asumsi normalitas karena titik –titik pada kurva berhimpit mengikuti garis diagonalnya.

4.2.6.3. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan pengujian gejala multikolinearitas, diketahui bahwa nilai VIF pada variabel kualitas Jasa sebesar 1,544 dan variabel Target KPI sebesar 1,544 Dimana nilai VIF dari kedua variabel lebih kecil daripada 10. Dan juga nilai Tolerance kedua variabel tersebut adalah 0.647 lebih besar dari 0.1, Dengan demikian model terbebas dari gejala multikolinearitas.

4.2.6.4. Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan pengujian gejala heteroskedasitas, diketahui bahwa nilai probabilitas (Sig.) pada variabel kualitas jasa adalah lebih besar daripada α = 0,05 (0,473> 0,05). Nilai probabilitas (Sig.) pada variabel target juga lebih besar daripada α = 0,05 (0,275 > 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda bebas dari gejala heteroskedasitas.

5.3.Uji Hipotesis

5.3.1 Hasil Uji F (Simultan)

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, diketahui bahwa nilai F hitung pada tabel anova lebih besar dari F tabel (274.894 > 3,07). Atau dapat juga dengan melihat nilai (Sig.) yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho3 ditolak yang berarti

kualitas jasa dan target KPI secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan PT CX Mobilindo.

5.3.2 Hasil Uji T (Parsial)

Berdasarkan hasil uji T (parsial), diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel kualitas jasa adalah lebih besar dari t tabel [n – k – 1], (18.024 > 1,979). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dari Ho1 ditolak, maka ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa terhadap penjualan. Dan bila dilihat dari probabilitasnya (Sig.), kualitas jasa memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000. Hal ini juga telah menjelaskan bahwa 0,000 < 0,05, maka Ho1 ditolak.

Sedangkan t hitung pada variabel target KPI adalah lebih besar dari t tabel [n – k – 1], (1.367 > 1,979), hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dari Ho2 diterima, maka ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh Target KPI terhadap penjualan. Dan bila dilihat dari probabilitasnya (Sig.), target KPI memiliki nilai probabilitas sebesar 0,174 > 0,05. Jadi bila diuji dengan uji t (secara parsial), maka hanya variabel kualitasa jasa yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependen, sedangkan variabel target KPI tidak berpengaruh

5.3.3 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil uji linier sederhana, maka dapat diperoleh suatu model dengan melihat nilai-nilai pada kolom B. Untuk nilai a diperoleh dari kolom B begitu juga untuk nilai b diperoleh dari kolom B. Dengan demikian dapat dibuat persamaan regresi linear sederhana dari variabel-variabel penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

a. Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y

Y = 0.496 + 0.872 +e

Dari persamaan regresi linear sederhana di atas, dapat diartikan sebagai berikut :

- Nilai a = +0.496

  Tanpa adanya pengaruh Kualitas Jasa (X_1) maka besarnya penjualan (Y) sebesar **0.496**

- Nilai b = +0,872

  Memperlihatkan hubungan antara kualitas produk (X_1) dengan penjualan (Y) setiap kenaikan 1 variabel kualitas jasa akan mengakibatkan kenaikan pada penjualan sebesar **0,872**.

b. Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y

Y = 0.678 + 0.801 +e

Dari persamaan regresi linear sederhana di atas, dapat diartikan sebagai berikut :

- Nilai a = +0.678

  Tanpa adanya pengaruh Kualitas Jasa (X_1) maka besarnya penjualan (Y) sebesar **0.678**

- Nilai b = +0,801

  Memperlihatkan hubungan antara kualitas produk (X_1) dengan penjualan (Y) setiap kenaikan 1 variabel kualitas jasa akan mengakibatkan kenaikan pada penjualan sebesar **0,801**.

5.3.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji linier berganda, maka dapat diperoleh suatu model dengan melihat nilai-nilai pada kolom B. Untuk nilai a diperoleh dari kolom B begitu juga untuk nilai b diperoleh dari

kolom B. Dengan demikian dapat dibuat persamaan regresi linear berganda dari variabel-variabel penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + b2X_2 + e$$

$$Y = 0.272 + 0,835\ X_1 + 0,091\ X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat diartikan sebagai berikut :

- Nilai a = +0.272

  Tanpa adanya pengaruh Kualitas Jasa (X_1) dan Target KPI (X_2) maka besarnya penjualan (Y) sebesar **0.272**

- Nilai b_1 = +0,835

  Memperlihatkan hubungan antara kualitas produk (X_1) dengan penjualan (Y). Jika Target KPI (X_2) *ceteris paribus* (bernilai 0) maka setiap kenaikan 1 variabel kualitas jasa akan mengakibatkan kenaikan pada penjualan sebesar **0,835.**

- Nilai b_2 = +0,091

  Memperlihatkan hubungan antara nilai target KPI (X_2) dengan penjualan (Y). Jika kualitas jasa (X_1) *ceteris paribus* (bernilai 0) maka setiap kenaikan 1

  variabel harga akan mengakibatkan kenaikan pada penjualan sebesar **0,091.**

5.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinan

Berdasarkan tabel hasil pengujian kofisien determinan, diketahui bahwa nilai koefisien determinan *R Square* adalah sebesar 0,818 di mana angka tersebut menunjukkan bahwa penjualan dapat dijelaskan oleh kualitas jasa dan target KPI sebesar 81.8% sedangkan 18.2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masukan dalam penelitian ini. Sedangkan

dari nilai koefisien korelasi diperoleh nilai sebesar 0,905 atau sebesar 90.5%. Angka tersebut masuk dalam tingkatan range antara 0,80 – 1,000 jika merujuk pada tabel Sugiyono (2012), maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini termasuk kategori sangat kuat.

5.3.6 Analisis Kualitatif Pengaruh Kualitas Jasa dan Target KPI Terhadap Penjualan.

Permasalahan yang ingin dijawab adalah" Apakah ada pengaruh kualitas jasa dan Target KPI terhadap penjualan PT CX Mobilindo". Pengujian hipotesis yang dilakukan bertujuan untuk suatu kesimpulan bahwa kualitas jasa memberikan pengaruh terhadap penjualan PT CX Mobilindo,sedangkan Target KPI tidak berpengaruh terhapat penjualan PT CX Mobilindo, namun Kualitas Jasa dan Target KPI secara bersama – sama akan berpengaruh terhdapa penjualan PT CX Mobilindo.

Berdasarkan permasalahan tersebut analisis pengaruh kualitas jasa dan Target KPI terhadap penjualan PT CX Mobilindo yang dipaparkan berikut ini didasarkan pada hasil perhitungan analisis regresi berganda. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas jasa dan Target KPI terhadap penjualan. Setelah melakukan perhitungan regresi linear berganda maka diperoleh persamaan linearnya yaitu $\mathbf{Y = 0.272 + 0,835\ X_1 + 0,091\ X_2 + e}$

Konstanta 0.272 dapat diartikan penjualan bernilai 0.272 jika kualitas jasa dan Target KPI tidak sesuai dengan harapan, tetapi jika kualitas JASA sesuai dengan harapan maka penjualan akan meningkat sebesar 0,835 dengan Target KPI tidak sesuai dengan harapan. Jika Target KPI sesuai harapan maka penjualan akan meningkat sebesar 0,091 dengan kualitas jasa tidak sesuai harapan. Sehingga dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan satu unit pada kualitas jasa, maka akan terjadi peningkatan

terhadap penjualan sebesar 0,835. Dan setiap kenaikan satu unit Target KPI, maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0,091. Perubahan ini menunjukkan peningkatan, karena b bertanda positif (b=0,835, b=0,091).

Berdasarkan nilai koefisien korelasi diperoleh nilai sebesar 0,905 atau sebesar 90.5%. Angka tersebut masuk dalam tingkatan range antara 0,80 – 1,000 jika merujuk pada tabel Sugiyono (2012), maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel kualitas jasa dan Target KPI terhadap variabel penjualan dalam penelitian ini termasuk kategori sangat kuat. Sedangkan dari nilai koefisien determinan *R Square* adalah sebesar 0,818 di mana angka tersebut menunjukkan bahwa penjualan dapat dijelaskan oleh kualitas jasa dan Target KPI sebesar 81.8% sedangkan 18.2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masukan dalam penelitian ini, seperti promosi dan tempat dll.

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, diketahui bahwa nilai F hitung pada tabel anova lebih besar dari F tabel (274.894 > 3,07). Atau dapat juga dengan melihat nilai (Sig.) yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho3 ditolak yang berarti kualitas jasa dan target KPI secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan PT CX Mobilindo.

Berdasarkan hasil uji T (parsial), diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel kualitas jasa adalah lebih besar dari t tabel [n – k – 1], (18.024 > 1,979). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dari Ho1 ditolak, maka ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa terhadap penjualan. Dan bila dilihat dari probabilitasnya (Sig.), kualitas jasa memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000. Hal ini juga telah menjelaskan bahwa 0,000 < 0,05, maka Ho1 ditolak.

Sedangkan t hitung pada variabel target KPI adalah lebih besar dari t tabel [n – k – 1], (1.367 > 1,979), hal ini menunjukkan bahwa hipotesis

dari Ho2 diterima, maka ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap penjualan. Dan bila dilihat dari probabilitasnya (Sig.), target KPI memiliki nilai probabilitas sebesar 0,174 > 0,05. Jadi bila diuji dengan uji t (secara parsial), maka hanya variabel kualitasa jasa yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependen, sedangkan variabel target KPI tidak berpengaruh.

Dari kedua variabel bebas yang diteliti yaitu kualitas jasa dan Target KPI maka penjualan PT CX Mobilindo lebih ditentukan oleh kualitas jasa. Hal ini dikarenakan kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 18.024 lebih besar dari Target KPI dengan nilai t hitung 1.367. Maksudnya, dengan semakin baiknya kualitas jasa akan dapat meningkatkan penjualan PT CX Mobilindo. Maka untuk itu pemilik PT CX Mobilindo harus mempertahankan keunggulan kualitas jasa pelayanannya.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh kualitas jasa dan target KPI terhadap penjualan PT CX Mobilindo maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ada atau tidaknya pengaruh kualitas jasa terhadap penjualan dapat di buktikan dari perhitungan uji T, dengan hasil berikut : T_{hitung} sebesar 18.024 dan T_{tabel} α : 5% sebesar 1,979. Berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga tolak Ho, dan terima Ha, dengan demikian terbukti bahwa kualitas jasa berpengaruh secara parsial terhadap penjualan.
2. Dari perhitungan uji T, di dapatkan bahwa T_{hitung} sebesar 1.367 jauh lebih kecil daripada T_{tabel} sebesar 1,979, sehingga terima Ho, dan berarti tolak Ha. Oleh karena itu Target KPI tidak berpengaruh secara parsial terhadap penjualan.
3. Untuk pengaruh variabel independen secara simultan yaitu kualitas jasa (X_1) dan target KPI (X_2) dapat di buktikan ada tidaknya pengaruh variabel – variabel tersebut di atas terhadap penjualan (Y) dengan menghitung uji F. Dari perhitungan uji F, di dapatkan hasil bahwa F_{hitung} sebesar 274.894 > f_{tabel} sebesar 3,07 berarti tolak Ho dan terima Ha. Hal ini membuktikan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jadi kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar $R^2 = 81.8\%$. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menghasilkan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dapat diajukan beberapa saran kepada PT CX Mobilindo adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang telah didapat maka target KPI tidak berpengaruh. Oleh karena itu penulis memberikan saran kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas jasanya untuk meningkatkan penjualan. Seperti meningkatkan reliabilitas staf mekanik sehingga waktu servis selalu tepat waktu.
2. Perusahaan lebih memperhatikan kepuasan konsumen agar penjualan bisa terus meningkat dengan meningkatkan kualitas jasa.

DAFTAR PUSTAKA

1. Siregar, Syofian. 2012.*Statistik Parametrik unutk Penelitian Kuantitatif.* Jakarta : Penerbit PT Bumi Aksara.
2. Soemohadiwidjoto, Arini T. 2015. *Panduan Praktis Menyusun KPI (Key Performance Indicator).* Jakarta : Penebar Swadaya Grup
3. Soemohadiwidjoto, Arini T. 2015. *KPI (Key Performance Indicator) Perusahaan Industri.* Jakarta : Penebar Swadaya Grup
4. Soemohadiwidjoto, Arini T. 2017. *KPI (Key Performance Indicator) Perusahaan Jasa.* Jakarta : Penebar Swadaya Grup
5. Wijaya, Tony. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa.* Jakarta : Index
6. Budiarto, A.S. 2017.*Key Performance Indicator.* Depok: Huta Publiser
7. Direktori PT. CX Mobilindo
8. Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 13.* 2016. Jakarta : Penerbit Erlangga
9. Tim Pelajaran. Pengertian Penjualan menurut para ahli . Tersedia :http: //www.pelajaran.co.id /2017/20/pengertian-penjualan-menurut-para-ahli-tujuan-dan-jenis-penjualan.html. 2017 (08 Agustus 2018)
10. Riyadi, Muchlisin. Pengertian Tujuan Jenis faktor Penjualan. Tersedia : https://www. kajianpustaka. com /2016/07/pengertian-tujuan-jenis-faktor-yang.html. 2016 (08 Agustus 2018)
11. Woensdag. Pengertian Manajemen Pemasaran . Tersedia : http://manajemenpemasaran2. blogspot.com/2013/03/manajemen-pemasaran-pengertian.html. 2013 (08 Agustus 2018)
12. Ghazzan,Faris. Pengertian Marketing menurut para ahli. Tersedia : catatanmarketing. wordpress.com /tag/ pengertian-marketing-mix-menurut-para-ahli. 2014 (08 Agustus 2018)
13. Wijaya, Tommy. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Penjualan Martabak Atet". 13-16. 2015

KUISIONER PENELITIAN PENGARUH KUALITAS JASA DAN TARGET KEY PERFORMANCE INDICATOR TERHADAP PENJUALAN PT CX MOBILINDO

Berikut adalah kuisioner mengenai pelayanan jasa dan key performace indicator di PT CX Mobilindo, sebagai konsumen yang pernah memakai layanan jasa PT CX Mobilindo, dengan hormat saya mohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi kuisioner yang sudah saya siapkan sesuai dengan yang anda rasakan saat menggunakan layanan jasa PT CX Mobilindo, atas bantuannya saya ucapkan terimakasih. Sebelum mengisi kuisioner ini, mohon isi data diri bapak ibu secara lengkap

- Nama Responden :
- Umur Responden :
- Jenis Kelamin :
- Pendidikan Terakhir :
- Pekerjaan :
- Alamat :

Petunjuk : mohon centang jawaban sesuai yang dengan pendapat anda.

1. Kuisioner tentang kualitas jasa

Pernyataan	Jawaban				
	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Keandalan					
Apakah anda setuju staf mekanik PT CX Mobilindo mempunyai kemampuan dalam memperbaiki mobil yang anda servis?					
Apakah anda setuju staf mekanik tepat waktu dalam mengerjakan servis mobil anda sesuai waktu yang mereka janjikan?					
Daya tanggap					
Apakah anda setuju anda tidak terlalu lama mengantri saat mengurusi administrasi kendaraan yang akan anda servis?					

Apakah anda setuju staf mekanik tanggap terhadap keluhan anda tentang kendaraan yang akan anda servis?					
Jaminan					
Apakah anda setuju staf mekanik mempunyai pengetahuan tentang kendaraan anda dengan baik ?					
Apakah anda setuju kualitas hasil servis memuaskan dan memenuhi keinginan anda?					
Empati					
Apakah anda setuju staf mekanik memberikan perhatian secara penuh terhadap keluhan anda kepada pelanggan ?					
Apakah anda setuju staf mekanik memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda terhadap pelayanan servis mereka?					
Bukti Fisik					
Apakah anda setuju fasilitas servis yang ada di PT CX Mobilindo lengkap dan memenuhi semua kebutuhan kendaraan anda?					

2. Kuisioner tentang Performance

Pernyataan	Jawaban				
	Sangat Setuju	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
Apakah anda setuju pengerjaan waktu servis sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan?					
Apakah anda setuju tidak ada keluhan setelah anda menggunakan layanan servis PT CX Mobilindo?					
Apakah anda setuju staf mekanik memenuhi jaminan garansi jika terdapat keluhan setelah servis?					

Apakah anda setuju staf mekanik mampu memilih spare part terbaik yang sesuai dengan jenis kendaraan anda?					
Apakah anda setuju staf mekanik mampu mendiskusikan jenis pelayanan yang akan dilakukan terhadap kendaraan anda?					
Apakah anda setuju staf mekanik mampu memberikan solusi terbaik untuk kendaraan yang anda servis?					
Apakah anda setuju staf mekanik menjalankan pekerjaan sesuai dengan standar operasional yang sudah ditetapkan?					
Apakah anda setuju staf mekanik disiplin waktu dalam bekerja?					
Apakah anda setuju staf Mekanik mudah diajak berkomunikasi jika ada keluhan setelah anda menggunakan layanan servis mereka?					
Apakah anda setuju staf Mekanik mampu mengkomunikasikan keadaan kendaraan anda saat akan di servis?					

3. Kuisioner tentang Penjualan

Pernyataan	**Jawaban**				
	Sangat Setuju	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
Secara keseluruhan apakah anda merasa puas dengan pelayanan staf mekanik PT CX Mobilindo?					
Apakah anda setuju untuk menggunakan jasa servis PT CX Mobilindo lagi?					
Apakah anda setuju untuk berlangganan service kendaraan di PT CX Mobilindo?					
Apakah anda setuju bahwa anda akan rutin servis kendaraan anda sesuai dengan anjuran staf mekanik PT CX Mobilindo?					

Apakah anda setuju hanya di PT CX Mobilindo anda akan servis kendaraan anda?					
Apakah anda setuju akan memberikan rekomendasi kepada orang disekitar anda tentang pelayanan jasa di PT CX Mobilindo?					

Terimakasih atas partisipasi anda ☺

HASIL KUISIONER PENGARUH KUALITAS JASA DAN TARGET KPI TERHADAP PENJUALAN

- Data Responden Konsumen PT CX Mobilindo

Nama Responden	Umur Responden	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Alamat
Dimas	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Bekasi
Giant	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Cirebon
Laura	25 - 35 th	Perempuan	S2	Pegawai Swasta	Bekasi barat
Denis	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	PNS	Kalimalang
Yohana	35 - 45 th	Perempuan	SMA	PNS	Jakarta Timur
Andika pratama	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	PNS	cibitung
Rian	35 - 45 th	Laki - Laki	S2	PNS	Cakung
Tamar	35 - 45 th	Laki - Laki	S2	Wiraswasta	Bekasi
Purwono	45 - 55 th	Laki - Laki	S2	Pegawai Swasta	Cianjur
Erwin	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Ciledug
Alfat	25 - 35 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Kalimalang
Firdaus	45 - 55 th	Laki - Laki	SD	Wiraswasta	Gempol jakarta timur
Bagus	45 - 55 th	Laki - Laki	S2	PNS	Cakung
Qolbi salimah	35 - 45 th	Perempuan	S2	PNS	cikampek
Ruth	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	PNS	Bekasi
Ciko	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Cikampek
Yulianto	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	PNS	Cibodas

Wildan	*55 th <*	*Laki - Laki*	*SMP*	*Pegawai Swasta*	*Harapan indah*
Tata	*25 - 35 th*	*Laki - Laki*	*SMP*	Pegawai Swasta	Bekasi
Umar	*55 th <*	*Laki - Laki*	*S2*	PNS	Bekasi
Hendriyanto	*45 - 55 th*	*Laki - Laki*	*S1*	Pegawai Swasta	cibubur
Rizal fauzi	25 - 35 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Rawamangun
Juli astutika	25 - 35 th	Perempuan	S1	PNS	Cakung
Tutik	35 - 45 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	Bogor
Sugiono	45 - 55 th	Laki - Laki	S2	PNS	Serang
Audri	15 - 25 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Bogor
Dimitri	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Tangerang
Andi atama	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	ciawi
Cokro	45 - 55 th	Laki - Laki	SMP	Pegawai Swasta	Cibinong
Malik	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Sentul, bogor
Reditian	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Ciledug
Guntur	25 - 35 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Cibitung
Indah	25 - 35 th	Perempuan	S1	PNS	Pekanbaru
Rafli	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Cibitung
Intan	25 - 35 th	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Senayan
Sari	35 - 45 th	Perempuan	S1	Wiraswasta	Sentul
Body	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	PNS	Cipayung
Gilang	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	PNS	Dramaga
Amar	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	rawamangun
Fafa	45 - 55 th	Laki - Laki	SMP	Pegawai Swasta	Cileungsi
Yovia	15 - 25 th	Perempuan	S2	PNS	Harapan indah
Budhy	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	PNS	Cilandak
Abdul	15 - 25 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Bogor
Supri	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Ciledug
Vivi	35 - 45 th	Perempuan	S2	PNS	Cibubur
Bambang irawan	45 - 55 th	Laki - Laki	S2	PNS	sentul
Himawan	35 - 45 th	Laki - Laki	S2	Pegawai Swasta	Depok
Sutiono	55 th <	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Bogor

Nana trihasmara	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Cibitung
Jordan	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Cikarang
Junaedi	55 th <	Laki - Laki	S2	Wiraswasta	Jakarta timur
Sumaryunan Amir	45 - 55 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Jakarta Pusat
Ariyadi	45 - 55 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Jakarta Timur
Zaid	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Jakarta utara
Anggun Meisya	45 - 55 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	Jakarta Selatan
Viqtor Alonso	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Jakarta Pusat
Jasmin Asmara	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Bekasi,Jawa Barat
Amin Rais	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Jakarta Utara
Amin Sanjayana	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Jakarta Timur
Agil Surasa	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Jakarta Utara
Mona	25 - 35 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	Ciledug
Juliana Fera Kasin	45 - 55 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	Jakarta Utara
Ragil Aji	45 - 55 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Jakarta Timur
Himawa l	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Cakung
Riyanti	35 - 45 th	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Jakarta Utara
Joko Arman	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Jakarta Pusat
Ihsan kamil	35 - 45 th	Laki - Laki	S2	Pegawai Swasta	Cakung
Juwanti	45 - 55 th	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Jakarta Pusat
Winarti	45 - 55 th	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Bogor, Jawa Barat
Dede	55 th <	Laki - Laki	SMP	Pegawai Swasta	Bekasi
Agil Mulya	25 - 35 th	Laki - Laki	SMP	Pegawai Swasta	Jakarta Timur
Jakarta Timur	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Jakarta Timur
Jaka Usman	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Jakarta Timur
Gunawan	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Jakarta Utara
wawan	15 - 25 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Bekasi
Tri Angga Wijaya	25 - 35 th	Laki - Laki	S2	Wiraswasta	Pasar pejuang,Harapan Indah,Bekasi,Jawa barat
Yayang regnalia	15 - 25 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	Gempol jakarta timur

Yudi	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	PNS	Cengkareng
Azhara	35 - 45 th	Laki - Laki	S2	Pegawai Swasta	Cibitung
Rizky	15 - 25 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Bogor
Ginanjar Galileo	35 - 45 th	Laki - Laki	SMP	Pegawai Swasta	Pasar Senin Jakarta
Ridwanda	45 - 55 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Cileungsi
Kalian Alfa Mase	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Jakarta Pusat
amar	25 - 35 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	jatinegara
Jenifer	15 - 25 th	Perempuan	S1	PNS	Ciledug
Arum dama	35 - 45 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	jatinegara
Joko	55 th <	Laki - Laki	S1	PNS	Cikampek
Julianti Asmiranda	35 - 45 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	Tangerang
Susilo	45 - 55 th	Laki - Laki	S2	Pegawai Swasta	Jakarta pusat
Hendy maulana	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Gempol Jakarta Timur
Anjasmara	35 - 45 th	Laki - Laki	S2	Wiraswasta	Cakung Jakarta Timur
Bambang	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Jakarta Barat
Tri	55 th <	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Cengkareng
Triatmaja	35 - 45 th	Laki - Laki	S2	Pegawai Swasta	Tangerang
Kenny Riceh	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Jakarta Utara
Lany	45 - 55 th	Perempuan	S1	PNS	Cakung
Norman	45 - 55 th	Laki - Laki	S2	PNS	Jatinegara
Niken	25 - 35 th	Perempuan	S1	PNS	Bekasi
Winanda Azhar	45 - 55 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Jakarta Barat
Tania	25 - 35 th	Perempuan	S2	Pegawai Swasta	Depok
Tuswanto	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	PNS	Bekasi Jakarta Timur
Andi	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	PNS	Depok
Gama	15 - 25 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Bogor
ari	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	Pegawai Swasta	Tangerang
try hutomo	45 - 55 th	Laki - Laki	S1	Wiraswasta	Kemayoran
Suparman	45 - 55 th	Laki - Laki	SMA	PNS	Bekasi
Anwar	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	PNS	Jakarta Pusat
Riska	25 - 35 th	Perempuan	S1	PNS	Cileungsi

Tubagus	*35 - 45 th*	*Laki - Laki*	*S1*	*Pegawai Swasta*	Cakung
Glen	*35 - 45 th*	*Laki - Laki*	*S2*	Pegawai Swasta	Cileduk
Shinta	*45 - 55 th*	Perempuan	S1	PNS	Cililitan
Adit	*15 - 25 th*	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Bogor
Bagas	25 - 35 th	Laki - Laki	S1	PNS	Cikopo
Anton	35 - 45 th	Laki - Laki	S1	PNS	Cakung
Akhsan	35 - 45 th	Laki - Laki	S2	PNS	Cileungsi
Sigit	15 - 25 th	Laki - Laki	SMA	Wiraswasta	Tangerang
Styfani	15 - 25 th	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Bogor
Anggi	35 - 45 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	Bekasi
Tuminah	55 th <	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Cimahi
Farhan	35 - 45 th	Laki - Laki	SMP	Wiraswasta	Harapan indah bekasi
Qolbi	25 - 35 th	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Bekasi
Arum dama	35 - 45 th	Perempuan	S1	Pegawai Swasta	Jatinegara
Bayu	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Cakung
Riyati Laut	45 - 55 th	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Cakung
Almer Haji Soff	35 - 45 th	Laki - Laki	SMA	Pegawai Swasta	Pulogadung

- **Hasil Codeting Jawaban Kuisioner**

Responden	Jawaban Kuisiner																								
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
1	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5
3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
6	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
7	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
9	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	4
10	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5

11	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
14	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
15	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5
17	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
18	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
20	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
21	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
22	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2
23	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
24	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	2	3	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
27	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
28	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
29	2	2	3	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2
30	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2
31	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
34	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
37	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3
38	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
39	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4

40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
42	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5
43	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5
44	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1
46	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
47	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
49	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
50	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4
51	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
52	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
53	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
55	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
56	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
57	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
59	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
60	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
63	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
64	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

65	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
66	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
69	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
71	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
72	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
73	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
74	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4
75	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	1	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
80	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
83	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
85	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
86	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4

90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
93	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
95	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4
96	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2
97	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	1	3	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4
101	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
102	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
103	4	5	3	3	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
104	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
105	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2
106	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
107	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
108	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
110	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
111	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
113	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4

115	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
116	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
123	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4

Hormat Kami,
PT. CX Mobilindo

Peter Ariyanto
Division Head