PENGARUH LOKASI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV WARINGIN SIDA RASA

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Penyelesaian Tugas Akhir

Program Studi D – IV Manajemen Bisnis Industri

di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Oleh :

ROCKY VELLER MANIK

1712123

POLITEKNIK STMI JAKARTA d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

JAKARTA

2016

ABSTRAK

CV Waringin Sida Rasa merupakan perusahaan di bidang kuliner yang memproduksi roti dan kue, berlokasi di jati bening dengan pengalaman lebih dari puluhan tahun. Perusahaan ini didirikan oleh ibu Simen pada tahun 2002. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di CV Waringin Sida Rasa. Metode analisis yang dipakai adalah metode kuantitatif yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji korelasi, uji regresi linear berganda dengan menggunakan uji t dan uji f serta koefisien determinasi. Pengujian dilakukan dengan bantuan Microsoft Excel. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan. Pertama, Lokasi Usaha ($\boldsymbol{X_1}$) *memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), karena* H_o *ditolak terbukti dari* $t_{1hitung} = 2{,}48 > t_{1tabel} = 1{,}673$. *Kedua, Kualitas Layanan* ($\boldsymbol{X_2}$) *memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), karena* H_o *ditolak terbukti dari* $t_{2hitung} = 6{,}20 > t_{2tabel} = 1{,}673$. *Ketiga, Lokasi Usaha* ($\boldsymbol{X_1}$) *dan Kualitas Layanan* ($\boldsymbol{X_2}$) *secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), karena* H_o *ditolak terbukti dari* $F_{hitung} = 6{,}43 > F_{tabel} = 3{,}17$.

Kata kunci: lokasi penjualan, kualitas layanan, keputusan pembelian konsumen

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis sampaikan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul **"PENGARUH LOKASI USAHA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV WARINGIN SIDA RASA"** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Pendidikan Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Industri (MBI) di Polteknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI).

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir (TA) ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

- Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, hidayah dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- Bapak Mustofa, MA, MM, selaku Ketua Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI). Terima kasih yang tak terhingga untuk juga motivasi dan dorongan bagi Penulis.
- Bapak Drs. Mulyono, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri (MBI). Terima kasih untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Yulius, selaku Asisten Jurusan Manajemen Bisnis Industri. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Drs. Ubaldus Upa, MSC selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah diluangkan untuk saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Kedua orang tua Penulis, selaku motivator utama penyusun Tugas Akhir ini. Terima kasih atas semua cinta yang diberikan, dorongan, motivasi dan semua doa yang dipanjatkan.
- Ibu Simen, selaku pemilik dari CV Waringin Sida Rasa yang telah memberikan izin untuk melaksanakan PKL dan membantu Penulis dalam

mengumpulkan data serta membimbing sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

- Teman-teman seperjuangan MBI 2012 yang juga memberikan motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Seluruh Staff Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI) beserta dosen pengajar. Dan semua pihak yang telah berjasa kepada Penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir (TA) ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu Penulis memohon saran dan pendapat yang bersifat membangun demi kesempurnaan Penulis dimasa yang akan datang. Akhir kata, besar harapan Penulis agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat sekaligus membuka wawasan lebih luas lagi. Kurang lebihnya saya mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 09 Agustus 2016

Rocky Veller Manik

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 2
1.3 Batasan Masalah 3
1.4 Tujuan Penelitian 3
1.5 Manfaat Penelitian 3
1.6 Sistematika Penulisan 4
BAB II LANDASAN TEORI 6
2.1 Aspek Pemasaran 6
2.1.1 Pemasaran 6
2.1.2 Manajemen Pemasaran 6
2.1.3 Fungsi-Fungsi Manajemen 7
2.1.4 Fungsi-Fungsi Pemasaran 8
2.1.5 *Produk Life Cycle* 10
2.1.6 Lokasi Usaha 12
2.1.6.1 Strategi Lokasi Usaha 13
2.1.7 Kualitas Layanan 14
2.1.7.1 Elemen Kunci Dalam Layanan Konsumen 15
2.1.7.2. Layanan Prima 18
2.1.8 Kepuasan Pembelian 19
2.2 Aspek Personalia 23
2.2.1 Definisi Manajemen Personalia 23

2.2.2 Produktivitas Kerja 25
2.3 Aspek Produksi 26
2.3.1 Definisi Manajemen Produksi 26
2.3.2 Ruang Lingkup Manajemen Produksi Dan Operasi 27
2.3.3 Proses Produksi 28
2.4 Aspek Keuangan 29
2.4.1 Defenisi Manajemen Keuangan 29
2.4.2 Fungsi Manajemen Keuangan Dan Manajer Keuangan 29
2.4.3 Sumber Dan Penggunaan Dana 30
2.4.4 Laporan Keuangan 30
BAB III METODELOGI PENELITIAN 32
3.1 Jenis Data Yang Diperlukan 32
3.1.1 Data Primer 32
3.1.2 Data Sekunder 32
3.2 Metode Pengumpulan Data 32
3.3 Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional Variabel 34
3.3.1 Variabel Penelitian 34
3.3.2 Defenisi Operasional 35
3.4 Populasi Dan Penentuan Sampel 37
3.4.1 Populasi 37
3.4.2 Sampel 38
3.4.3. Skala Penilaian 39
3.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas 40
3.5.1 Uji Validitas 40
3.5.2 Uji Reliabilitas 40
3.6 Metode Analisis Data Dan Pengolahan 41
3.6.1 Analisis Korelasi 41
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis 42
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA 51
4.1 Pengumpulan Data 51

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 51
4.1.2 Klasifikasi Perusahaan 51
4.1.3 Lokasi Perusahaan 52
4.1.4 Layout Perusahaan 53
4.2 Bidang Personalia 54
4.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan 55
4.2.2 Deskripsi Jabatan 56
4.2.3 Data Tenaga Kerja 58
4.2.4 Perekrutan Sampai Pemberhentian Karyawan 60
4.2.5 Kesejahteraan Karyawan 62
4.2.6 Legalitas Perusahaan 64
4.3 Aspek Pemasaran 65
4.3.1 Produk Yang Dijual 65
4.3.2 Wilayah Pemasaran Produk 66
4.3.3 Saluran Distribusi Produk 66
4.3.4 Promosi Yang Dilakukan Perusahaan 67
4.3.5 Pembelian 69
4.3.6 Data Penjualan 70
4.4 Aspek Produksi 71
4.4.1 Jenis Produk Yang Diproduksi 71
4.4.2 Mesin Dan Peralatan 72
4.4.3 Proses Produksi 73
4.5 Aspek Keuangan 77
4.5.1 Kebutuhan Investasi Awal CV.waringin Sida Rasa 78
4.5.2 Biaya Penyusutan Dan Amortisasi 80
4.5.3 Harga Pokok Penjualan 81
4.5.4 Laporan Keuangan 82
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN 86
5.1 Analisis data 86
5.1.1 Deskripsi Responden 86

5.1.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas 88
5.1.3 Analisis Korelasi 92
5.1.4 Analisis Regresi Sederhana 98
5.1.5 Analisis Regresi Berganda 109
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 118
6.1 Kesimpulan 118
6.2 Saran 118
DAFTAR PUSTAKA 120
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert Dengan Lima Alternatif Jawaban 39
Tabel 4.1 Data Tenaga Kerja Tahun 2015 58
Tabel 4.2 Data Berdasarkan Usia 59
Tabel 4.3 Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan 59
Tabel 4.4 Data Jam Kerja 60
Tabel 4.5 Data Upah Karyawan (perbulan) 63
Tabel 4.6 Biaya Promosi CV Waringin Sida Rasa 68
Tabel 4.7 Penjualan Selama 5 Tahun 70
Tabel 4.8 Data Mesin Dalam Proses Produksi 72
Tabel 4.9 Biaya Penyusutan Dan Amortisasi 80
Tabel 4.10 Tabel Harga Pokok Penjualan 81
Tabel 4.11 Laporan Rugi/Laba CV Waringin Sida Rasa 82
Tabel 4.12 Laporan Perubahan Modal CV Waringin Sida Rasa 83
Tabel 4.13.Laporan Neraca CV Waringin Sida Rasa 84
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 86
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Tingkat Usia 87
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan 87
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Pekerjaaan 88
Tabel 5.5 Uji Validitas Lokasi Usaha 89
Tabel 5.6 Uji Validitas Kualitas Layanan 90
Tabel 5.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian 90
Tabel 5.8 Tabel Penolong Untuk Menghitung Korelasi Berganda 93
Tabel 5.9 Tabel Penolong Untuk Menghitung Analisis Regresi Sederhana 99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Indikator Variabel Lokasi Usaha..... 36
Gambar 3.2 Indikator Variabel Kualitas Layanan 36
Gambar 3.3 Indikator Variabel Keputusan Pembelian 37
Gambar 3.4 Rumus Regresi Linear Berganda..... 43
Gambar 3.5 Diagram Uji F 47
Gambar 3.6. Diagram Uji T 50
Gambar 4.1 Layoiut CV Waringin Sida Rasa..... 53
Gambar 4.2 Struktur Organisasi CV Waringin Sida Rasa 55
Gambar 4.3 Saluran Distribusi CV Waringin Sida Rasa 67
Gambar 4.4 Diagram Alur Produksi Kue Pastel 73
Gambar 4.5 Diagram Alur Produksi Kue Risoles..... 75
Gambar 4.6 Diagram Alur Produksi Roti Coklat..... 76
Gambar 5.1 Diagram Uji t Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian..... 108
Gambar 5.2 Diagram Uji t Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian 109
Gambar 5.3 Grafik Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian 112
Gambar 5.4 Grafik Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian 113
Gambar 5.5 Diagram Uji F Lokasi Usaha Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian..... 117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner L-1
Lampiran Perhitungan Hasil Kuesioner L-2
Lampiran Perhitungan Validitas Menggunakan Microsoft Excel.....L-3
Lampiran Perhitungan Manual Reliabilitas Dan Hasil Menggunakan Excel L-4
Lampiran Foto Produk L-5

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Arus globalisasi dan kecanggihan informasi disegala bidang yang berkembang saat ini maupun yang akan datang, menghadapkan kita pada masalah yang kompleks. Sebagai dampak dari globalisasi dan kecanggihan informasi tersebut semakin berkembangnya dunia usaha dewasa ini, ditandai dengan makin tajamnya persaingan antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya, tidak terkecuali jenis usaha skala menengah atau disebut dengan UKM. Semakin tajamnya persaingan antara perusahaan, menyebabkan keinginan perusahaan sangat kuat untuk merebut pangsa pasar dari pesaing atau kompetitornya.

Dunia pemasaran yang pada awalnya dikenal bagi dunia usaha dengan perannya yang sederhana dalam suatu perusahaan mencari keuntungan, pada akhirnya telah merasuk dalam kehidupan kita sehari-hari baik dalam kehidupan pribadi maupun organisasi. Banyak masyarakat berasumsi bahwa pemasaran identik dengan menjual maupun mendistribusikan, namun perlu di sadari bahwa kegiatan tersebut sebagian kecil dari lingkup pemasaran itu sendiri. Pemasaran sebenarnya tidak hanya lingkup seni menjual barangnya saja, melainkan kita harus memahami kebutuhan konsumen dan menemukan solusi yang menyenangkan pelanggan karena nilainya, mutu, lokasi usaha, kualitas layanan yang superior, sehingga konsumen memiliki ketertarikan untuk memutuskan membeli produk yang ditawarkan. Bila tidak ada nilai bagi pelanggan, berapapun biaya yang dikeluarkan untuk menentukan lokasi usaha dan bagaimana layanan yang dilakukan akan sia-sia bila tidak memberi kepuasan bagi pelanggan.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan terelebih dahulu adalah melakukan penentuan lokasi usaha. Strategi penentuan lokasi usaha sangat berpengaruh nantinya pada kelancaran dan kelangsungan hidup usaha (jangka panjang). Selain itu, kualitas layanan juga diperlukan karena menambah nilai produk yang dirasakan dan akan mendorong para konsumen untuk kembali pada

perusahaan disaat mereka perlu menggantikannya. Kedua variabel ini tidak dapat dipungkiri dalam pemasaran untuk keputusan pembelian konsumen di sebuah perusahaan selain variabel lainnya seperti promosi, harga, distribusi dan produk.

Dalam menentukan keputusan pembelian konsumen pada CV Waringin Sida Rasa, dari beberapa variabel pemasaran yang ada, dipilihlah lokasi usaha dan kualitas layanan. Karena menurut pemimpin perusahaan untuk masalah harga produk yang mereka jual relatif sama dengan perusahaan lain, sedangkan untuk promosi CV Waringin Sida Rasa sudah melakukan dengan maksimal. Maka dari itu perusahaan ingin melihat seberapa besar pengaruh lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Harapan setiap perusahaan adalah membuat konsumen untuk tertarik kemudian memutuskan membeli barang yang ditawarkan dan memperoleh laba yang tinggi serta memberi kepuasan pada konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat terwujud.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang telah diuraikan di atas maka yang menjadi rumusan masalah untuk diteliti dan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini mempunyai alur perhatian yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka dibuatlah beberapa pembatasan masalah:

1. Penelitian dilakukan pada CV WARINGIN SIDA RASA.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015.
3. Pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen.
5. Pengaruh lokasi usaha dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial antara lokasi usaha terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui seberapa besar secara simultan pengaruh antara lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. **Bagi Perusahaan**

   Perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian; bagaimana pengararuh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian; serta bagaimana pengaruh lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

2. **Bagi STMI**

   Dapat menambah buku referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai metode analisis regresi linear berganda, terutama untuk jurusan Manajemen Bisnis Industri.

3. **Bagi Mahasiswa**

   Agar dapat lebih memahami dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang telah penulis dapat untuk mempraktekkannya langsung ke lapangan kerja

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

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

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

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

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisis serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Aspek Pemasaran

2.1.1 Pemasaran

Menurut Philip Kotler (dalam Subagyo Ahmad 2010:2), Pemasaran adalah pekerjaan rumah yang harus dikerjakan manajer untuk menilai kebutuhan, mengukur tingkat dan intensitasnya, dan menentukan apakah ada peluang yang menguntungkan.

Sedangkan menurut Subagyo Ahmad (2010) defenisi pemasaran adalah sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.

Menurut William J. Stanton (dalam Swastha dan Irawan 2008:5) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

2.1.2 Manajemen Pemasaran

Swastha basu dan Irawan (2008:7) mendefinisikan manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju, dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Kemudian Subagyo Ahmad (2010:8) mendefenisikan manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun

dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran demi mencapai tujuan organisasi.

2.1.3 Fungsi-Fungsi Manajemen

Fungsi – fungsi manajemen yang dikemukakan oleh G.R. Terry dengan istilah POAC yaitu Planning, Organizing, Actuating dan Controlling.

Dari fungsi – fungsi manajemen yang dikemukakan diatas, dapat dilihat contoh penerapannya di dalam marketing. Misalnya untuk pelaksanaan marketing suatu produk perusahaan perlu diadakan *planning* lebih dahulu. planning ini dibuat berdasarkan data yang ada di perusahaan . misalnya planning daerah pemasaran, planning tentang harga, planning strategi yang akan digunakan untuk memasuki pasar, tehnik promosi yang akan digunakan dsb. Kemudian disusun *organisasi* yang jelas dan efisien, sehingga dengan jelas diketahui siapa yang bertanggung jawab kepada siapa harus dipertanggungjawabkan, bagaimana koordinasi dalam perusahaan. Jadi disini diperlukan suatu struktur yang jelas sehingga tidak terjadi saling lempar tanggung jawab seandainya terjadi penyimpangan – penyimpangan dalam pekerjaan.

Actuating sebagai fungsi ketiga, yaitu melaksanakan pekerjaan, bagaimana cara kerja, kemana harus pergi, kapan, dsb. Fungsi terakhir ialah perlu adanya *kontrol (controling)* dari setiap pekerjaan yang dilakukan. Kontrol harus dilakukan sedini mungkin agar tidak terjadi kesalahan yang berlarut – larut jika terjadi penyimpangan.

2.1.4 Fungsi – Fungsi Pemasaran

Menurut Steinhoff dalam buku The World of Business Library Vol.2 menyatakan bahwa : We can identify at least 10 marketing functions :

1. Buying (Pembelian)
2. Selling (Penjualan)
3. Transporting (Pengangkutan)
4. Storing (Penyimpanan)
5. Financing (Pembiayaan)
6. Standardizing (Standarisasi)
7. Grading
8. Risk Bearing
9. Pricing (Penetapan Harga)
10. Obtaining Market Information (mencari informasi pasar)

Sedangkan menurut pandangan Dr. Panglaykim dan Drs. Hazil dalam bukunya “Marketing Suatu Pengantar” sebagai berikut :

1. Merchandising
2. Buying
3. Selling
4. Grading dan Standardization
5. Penyimpanan dan Penggudangan (storage and warehousing)
6. Pengangkutan (transportation)
7. Pembelanjaan (financing)
8. Komunikasi (communication)
9. Pengambilan Resiko (risk taking)

Merchandising ialah kebijaksanaan kaum produsen untuk mendekatkan hasil produksinya kepada selera konsumen. Timbulnya merchandising disebabkan oleh 2 faktor yaitu faktor distantiering (jarak jauh) dan faktor mass production.

Fungsi Buying (Pembelian) dapat diketahui bahwa ada 3 aspek dari fungsi pembelian yaitu :

1. Menentukan kebutuhan

2. Mencari penjual yang memiliki barang – barang yang sesuai dengan kebutuhan pembeli.
3. Penyelesaian tentang harga dan syarat – syarat lain, dengan demikian akan tercapailah maksud apa yang dikatakan “ Good selling begins with good buying (penjualan yang berhasil dimulai dari pembelian yang baik).

Fungsi Penjualan yaitu sukses atau tidaknya suatu perusahaan banyak ditentukan oleh penjualan. oleh sebab itu fungsi penjualan dikatakan merupakan top function dari pada usaha dimana menentukan selisih antara input dan output

Fungsi Grading dan Standardization yaitu standar terdiri dari suatu daftar pengkhususan mutu atau sifat bahwa suatu produk memenuhi grade tertentu. Sedangkan grading adalah suatu tindakan untuk memisahkan atau memeriksa barang – barang menurut pengkhususan yang telah ditetapkan untuk menentukan grade nya. Keuntungan – keuntungan dari diadakannya grading :

1. grading menurunkan biaya marketing, karena mutu barang sudah diketahui dan tidak perlu dijelaskan lagi.
2. Menghemat waktu pembeli dan penjual
3. Grading mengurangi resiko.
4. Harga bisa menjadi turun.

Fungsi storage dan warehousing yaitu fungsi yang menciptakan time utility yaitu yang mendekatkan waktu produksi dan waktu konsumsi.

Fungsi pengangkutan ini memberikan place utility dan time utility sehingga fungsi pengangkutan ini merupakan suatu jasa yang ditemukan centre produktif karena dengan pengangkutan itu secara geografis dapat ditentukan centre produksi dan centre konsumsi.

Fungsi pembelanjaan dimaksudkan bagaimana usaha memperoleh modal untuk membelanjai usaha – usaha dalam marketing, modal untuk bidang marketing ini investasinya tidak sebesar mendirikan pabrik.

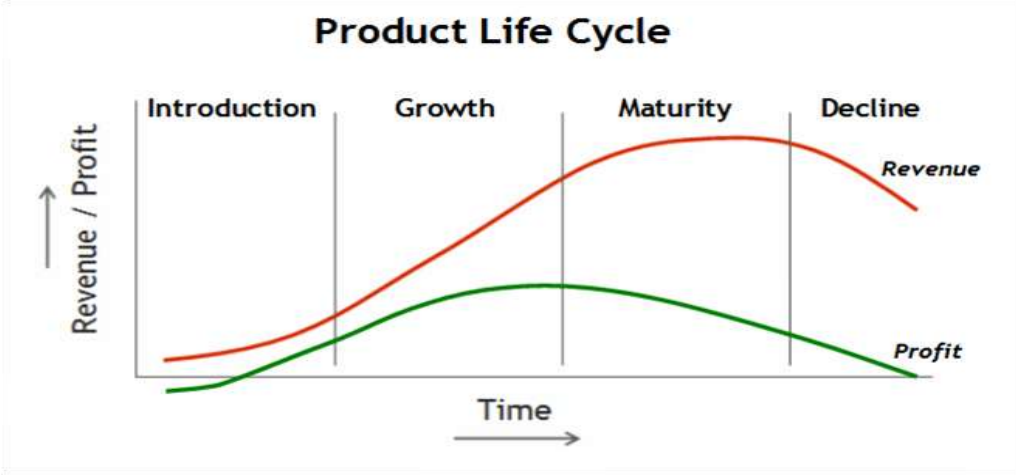
Fungsi komunikasi yaitu dalam rangka memperoleh infomasi yang cepat dan tepat pada masa sekarang ini fungsi komunikasi tidak bisa diabaikan.

Dan fungsi yang terakhir adalah fungsi pengambilan resiko yaitu dalam marketing kita jumpai unsur lag of time, yaitu waktu yang dibutuhkan untuk penyampaian barang dari produsen ke konsumen. Adanya lag of time maka pengusaha dalam sektor dagang inhaerent dengan penanggungan resiko.

2.1.5 Product Life Cycle

Siklus kehidupan produk ini terdiri dari 5 tingkatan :

1. Tahap Introduksi (Introduction)
2. Tahap Pengembangan (Growth)
3. Tahap Kematangan (Maturity)
4. Tahap Menurun (Decline)
5. Tahap Ditinggalkan (Abandonmen)



Pada tahap perkenalan dalam siklus hidup produk, manajer sering diminta untuk mengestimasi tentang seberapa jauh keberhasilan dari suatu produk. Permulaan produk diperkenalkan ke pasar, penjualan masih rendah karena pasar belum mengenal barang tersebut. Disini perlu dilancarkan promosi. Kemudian setelah konsumen mengenal produk, maka akan banyak orang membeli, pasaran makin luas, volume meningkat cepat sekali (growth). Dalam keadaan ini pengusaha harus menyebarluaskan barang – barangnya dan mengisi semua toko yang mungkin dapat menjual produknya. Produsen melalui distributor melaksanakan sell in yaitu mengisi semua rak – rak toko sebanyak – banyaknya kemudian melakukan sell out melalu media iklan agar barang – barang yang ada di rak dibeli atau ditarik keluar oleh pembeli. Namun kemudian pasar mulai jenuh dan timbul masa maturity. Konsumen mulai merasa bosan dan menunggu produk baru lagi. Dalam keadaan ini pengusaha harus mencoba merubah product design (gatra produk) dan merubah disain pembunglkus atau memperbaiki mutu produk menjadi produk yang lebih super, lebih bermutu agar konsumen tidak jenuh. Juga dilakukan strategi membuat produk ukuran besar, ukuran jumbo agar kuantitas yang terjual cukup besar. Jika strategi ini tidak berhasil maka akan timbul masa penurunan (decline), omzet penjualan akan menurun. Suatu tindakan penyelamatan, mengurangi jumlah produksi, mengurangi biaya, penghematan dalam segala bidang perlu segera diambil, untuk menyelamtkan perusahaan dari kebangkrutan. Akhirnya jika semua tidak dapat diatasi maka produk tersebut akan ditinggalkan oleh konsumen dan produknya hilang dari pasaran.

2.1.6 Lokasi Usaha

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Usaha adalah aktivitas/ kegiatan untuk melakukan penjualan barang/jasa pada konsumen, serta terjadinya proses tawar-menawar dan muncul nya pasar.

Berdasarkan definisi diatas penulis mengambil kesimpulan, bahwa lokasi usaha adalah tempat yang digunakan untuk melakukan kegiatan usaha seperti menjual barang/jasa pada konsumen.

Menurut Kotler (2008:51) salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi. Lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik dan sebagainya.

Menurut Lamb et al., (2001:63) mengatakan bahwa memilih tempat atau lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting, karena:

1. Tempat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha.

2. lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan dimasa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha.

3. lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu jika nilai lokasi memburuk maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup.

2.1.6.1 Strategi Lokasi Usaha

Masalah lokasi sangat memengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Misalnya biaya pengangkutan bahan mentah yang masuk atau produk jadi yang ke luar dari perusahaan, dapat mencapai seperempat dari harga jual produk. Selain itu lokasi juga dapat memengaruhi biaya pajak, upah, biaya bahan baku, dan sewa.

Keputusan mengenai lokasi harus diambil perusahaan sesekali saja, biasanya karena permintaan yang telah melebihi kapasitas pabrik yang ada atau karena perubahan produktivitas tenaga kerja, perubahan nilait tukar, biaya-biaya, dan sikap

masyarakat setempat. Pilihan-pilihan dalam lokasi meliputi : Tidak pindah, tetapi memperluas fasilitas yang ada; Mempertahankan lokasi sekarang dan menambahkan fasilitas lain di tempat lain atau; Menutup fasilitas yang ada atau pindah ke lokasi lain.

Keputusan lokasi bergantung pada jenis usaha, untuk keputusan lokasi usaha strategi yang digunakan biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, meski inovasi dan kreativitas juga penting. Untuk bisnis eceran dan jasa profesi, strategi yang digunakan difokuskan pada memaksimalkan pendapatan. Walaupun demikian, strategi lokasi pemilihan gudang bisa ditentukan oleh biaya serta kecepatan pengiriman. Tujuan strategi lokasi adalah memaksimalkan manfaat lokasi bagi perusahaan.

Lokasi dan Biaya – Karena lokasi memengaruhi biaya dan menentukan penghasilan, lokasi sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis perusahaan. Keputusan lokasi yang berdasarkan pada strategi biaya rendah (low-cost) membutuhkan pertimbangan cermat. Ketika manajemen telah memutuskan untuk beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya yang menjadi tetap dan sulit dikurangi. Oleh karena itu, kerja keras yang dilakukan manajemen untuk menetapkan lokasi fasilitas yang optimal merupakan investasi yang baik.

Lokasi dan Inovasi – Saat kreativitas, inovasi, dan investasi litbang bersifat penting bagi strategi operasi, fokus criteria lokasi dapat berubah, dari yang awalnya berfokus-pada-biaya, menjadi berfokus-pada-inovasi Ada empat sifat yang memengaruhi inovasi dan daya saing :

. * Adanya input berkualitas tinggi dan spesifik, seperti kemampuan ilmiah dan teknik

*Lingkungan yang kondusif bagi investasi dan persaingan lokal yang ketat

*Tekanan dan wawasan yang didapat dari pasar lokal yg berpengalaman

*Adanya industri yang saling terhubung dan mendukun

2.1.7 Kualitas Layanan

Dalam kamus besar bahasa indonesia dijelaskan pelayan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan sesorang.

Menurut kotler (dalam Subagyo Ahmad 2010: 244) mengartikan pelayanan (service) sebagai suatu kegiatan atau keuntungan yang ditawarkan suatu kelompok kepada yang lainnya dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan terhadapan apapun.

Sedangkan menurut Warren Banding mengatakan pelayanan pelanggan merujuk pada aktivitas dari kepuasan pelanggan yang biasanya dimulai dengan pemesanan dan diakhiri dengan pengiriman barang pada pelnggan, dimana pada beberapa kasus berlanjut pada *maintenence*, atau *technical support* lainnya.

Dari definisi diatas, penulis bisa menarik kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah nilai tambah dari produk yang ditawarkan penjual dalam bentuk tidak berwujud, namun memberi kepuasan tersendiri bagi pelanggan sehingga mendorong konsumen untuk datang kembali ketika membutuhkan produk lagi.

2.1.7.1 Elemen Kunci Dalam Layanan Konsumen

Menurut Zeithamil dan Bitner (dalam Subagyo Ahmad, 2010:224-247), terdapat lima elemen kunci yang layak diperhatikan yang biasa dikenal dengan RATER. Kelima elemen kunci itu adalah sebagai berikut:

Elemen 1: Reliabilitas (Reliability)

Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, kehandalan dan memuaskan. Pada elemen ini terdapat unsur **Keandalan/ konsistensi**. Indikatornya meliputi:

a. Ketepatan pelaksanaan layanan

b. Kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur

c. Konsisten tidak pilih kasih

Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk memberikan apa yang dijanjikan-dengan handal dan tepat serta akurat. Sebagai misal apakah ketika kita berlangganan akses internet cepat Speedy, mereka mampu memberikan layanan sesuai yang diiklankan, yakni cepat dan koneksi tidak pernah putus.

Untuk mampu memberikan reliabilitas maka langkah yang harus dilakukan adalah:

1. Pastikan bahwa anda telah mengidentifikasi kebutuhan pelnggan dengan benar
2. Janjikan hanya apa yang dapat anda berikan
3. Tindak lanjuti untuk memastikan bahwa produk dan service telah diberikan sesuai janji

Elemen 2: *Assurance*

Yaitu mencakup pengetahuan kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf/karyawan (bebas dari bahaya risiko keraguan). Pada elemen ini terdapat unsur **Kepastian Pelayanan**. Indikatornya meliputi:

a. Kemampuan petugas

b. Keramahan petugas

c. Kepercayaan pelanggan

d. Keamanan pelanggan

Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk memberikan sesuatu yang dapat dipercaya (terjamin keandalannya). Strategi tindakan untuk mengembangkan assurance adalah berikan layanan yang asertif dengan menggunakan teknik komunikasi yang positif dan menjelaskan produk dan service secara tepat.

Elemen 3: Tangibel (*Tangiable*)

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Pada elemen ini terdapat unsur **Fasilitas Fisik**. Indikatornya meliputi:

a. Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman.

b. Gedung/kantor yang memadai dan nyaman

c. Profil petugas yang ramah dan rapih

Aspek ini berkaitan dengan aspek fasilitas fisik/peralatan serta penampilan personal dari penyedia layanan. Strategi tindakan yang layak dilakukan antara lain adalah menjaga ruang kerja, apalagi yang langsung berhadapan dengan pelanggan agar tetap rapi. Lalu susunlah barang-barang dengan teratur serta berperilaku dan berpakaian secara professional.

Elemen 4: Empati (*Empathy*)

Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Pada elemen ini terdapat unsur **Kemudahan**. Indikatornya meliputi:

a. Kemudahan memperoleh pelayanan

b. Kejelasan informasi

c. Pemahaman pelanggan

Aspek ini berkaitan dengan tingkat kepedulian dan perhatian individu yang diberikan kepada pelanggan. Strategi tindakan yang dapat dilakukan antara lain adalah:

1. Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan
2. Menempatkan diri anda dalam posisi mereka
3. Merespon secara tepat guna menjawab keinginan yang menjadi perhatian mereka

Elemen 5: Responsif (Responsiveness)

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Pada elemen ini terdapat unsur **Kesiapan Pelayanan dan Kecepatan**. Indikatornya meliputi:

a. Kecekatan petugas dalam pelayanan menangani masalah konsumen
b. Hemat waktu dan tenaga

Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat/responsif. Agar mampu bersikap responsif, maka kita perlu menampilkan sikap positif atau "*can-do attitude*" serta mengambil langkah dengan segera untuk membantu pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka.

2.1.7.2 Layanan Prima

Menurut Subagyo Ahmad (2010:261) Pelayanan prima adalah pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa puas pada pelanggaan. Pelayanan prima

dikembangkan berdasarkan konsep A3, yaitu *attitude* (sikap), *attention* (perhatian) dan *action* (tindakan).

a. Konsep *Attitude* (sikap)

calon pembeli atau pelanggan selalu mengharapkan sikap dan perilaku yang baik dan menyenangkan dari pelayan atau petugas yang ada ditoko atau perusahaan sehingga kepuasan pembeli terpenuhi serta kemungkinan besar pengalamannya disampaikan kepada orang lain, yang akhirnya promosi gratis bagi perusahaan.

b. Konsep Attention (Perhatian)

Apabila calon pembeli atau pelanggan menunjukkan minat terhadap suatu barang atau jasa, maka dilakukan konsep attention. Untuk dapat menimbulkan keinginan dari calon pembeli, penjual dapat memberikan perhatian kepadanya dengan cara mengadakan komunikasi yang diarahkan kepada pembelian produk atau jasa.

c. Konsep *Action* (Tindakan)

pelayanan prima dalam menghadapi pembeli tidak cukup hanya berdasar konsep sikap dan perhatian saja, tetapi harus diikuti oleh konsep tindakan.

2.1.8 Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan

masalah, (2) pencarian informasi. (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pascapembelian. Pengertian lain tentang Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2000: 437) adalah "*the selection of an option from two or alternative choice*". Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Berdasarkan definisi diatas disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Machfoedz (2005 : 44) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Proses penilaian itu biasanya diawali dengan mengindentifikasi masalah utama yang mempengaruhi tujuan, menyusun, menganalisis, dan memilih berbagai alternatif tersebut dan mengambil keputusan yang dianggap paling baik. Langkah terakhir dari proses itu merupakan sistim evaluasi untuk menentukan efektifitas dari keputusan yang telah diambil.

Menurut Swastha dan Handoko (2008 : 110) mengemukakan bahwa : "Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak."

Menurut Suharno (2010:96), menyatakan bahwa keputusan pembelian Konsumen adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu

produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan, maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkannya.

Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan, dari berbagai informasi yang diperoleh konsumen melakukan seleksi atas alternative-alternatif yang tersedia. Proses seleksi ini yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai criteria yang ada dalam benak konsumen, salah satu merek produk dipilih untuk dibeli. Bagi konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi terhadap produk yang diinginkannya, proses pengambilan keputusan akan mempertimbangkan berbagai hal.

menurut Helga Drumond (2003:68), adalah mengidentifikasikan semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masingmasing. Definisi keputusan pembelian menurut Nugroho (2003:38) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Tahap-tahap proses keputusan pembelian (Phillip Kotler, 2005:204) :

1. Pengenalan Masalah (Problem Recognition)

   Proses pembeli dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat

digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar. Para pemasar perlu mengenal berbagai hal yangdapat menggerakkan kebutuhan atau minat tertentu dalam konsumen. Para pemasar perlu meneliti konsumen untuk memperoleh jawaban, apakah kebutuhan yang dirasakan atau masalah yang timbul, apa yang menyebabkan semua itu muncul, dan bagaimana kebutuhan atau masalah itu menyebabkan seseorang mencari produk tertentu ini.

2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai tertugah minatnya mungkin akan atau mungkin tidak mencari informasi yang lebih banyak lagi. Jika dorongan konsumen adalah kuat, dan obyek yang dapat memuaskan kebutuhan itu tersedia, konsumen akan membeli obyek itu. Jika tidak, kebutuhan konsumen itu tinggal mengendap dalam ingatannya. Konsumen mungkin tidak berusaha untuk memperoleh informasi lebih lanjut atau sangat aktif mencari informasi sehubungan dengan kebutuhan itu.

3. Penilaian Alternatif

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal, selanjutnya konsumen harus melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya.

Penilaian ini tidak dapat dipisahkan dari pengaruh sumber-sumber yang dimiliki oleh konsumen (waktu, uang dan informasi) maupun risiko keliru dalam penilaian.

4. Keputusan Membeli

Setelah tahap-tahap awal tadi dilakukan, sekarang tiba saatnya bagi pembeli untuk menentukan pengambilan keputusan apakah jadi membeli atau tidak. Jika keputusan menyangkut jenis

produk, bentuk produk, merk, penjual, kualitas dan sebagainya. Untuk setiap pembelian ini, perusahaan atau pemasar perlu mengetahui jawaban atas pertanyaan yang menyangkut perilaku konsumen, misalnya: berapa banyak usaha yang harus dilakukan oleh konsumen dalam pemilihan penjualan (motif langganan/patronage motive), faktor-faktor apakah yang menentukan ksan terhadap sebuah toko, dan motif langganan yang sering menjadi latar belakang pembelian konsumen.

5. Perilaku setelah pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian, karena mungkin harga barang dianggap terlalu mahal, atau mungkin karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya dan sebagainya. Untuk mencapai keharmonisan dan meminimumkan ketidakpuasan pembeli harus mengurangi keinginan-keinginan lain sesudah pembelian, atau juga pembeli harus mengeluarkan waktu lebih banyak lagi untuk melakukan evaluasi sebelum membeli.

2.2 Aspek Personalia

2.2.1 Definisi Manajemen Personalia

Manajemen sumber daya manusia adalah bagian yang berhubungan dengan keputusan organisasi yang berdampak pada angkatan kerja atau angkatan kerja potensial perusahaan.

Bagian sumber daya manusia akan sangat efektif jika kebijaksanaan manajemen sumber daya manusia dan kegiatannya dibuat

sesuai dengan masi dan tujuan khusus organisasi, sehubungan dengan kebutuhan konsumen.

Kegiatan manajemen sumber daya manusia adalah membangun keunggulan bersaing karena keunggulan bersaing merupakan implementasi strategik, menciptakan suatu kapasitas untuk berubah dan membangun kesatuan strategik.

Menurut Bernardin dan Russel, untuk melaksanakan ketiga hal tersebut, manajemen sumber daya manusia dapat menggunakan 6 (enam) bidang kegiatan, yaitu :

1. Desain organisasional.
2. Staffing.
3. Komunikasi dan hubungan masyarakat.
4. Kinerja/performance manajemen.
5. Sistem reward, benefit, dan pemenuhan.
6. Pengembangan karyawan dan organisasi.

Desain organisasional meliputi perencanaan tugas pekerjaan berdasarkan pada interaksi orang-orang, teknologi dan tugas-tugas untuk mencapai misi, tujuan dan rencana strategik organisasi. Setelah organisasi disusun dan jabatan di definisikan dengan jelas, seperti pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang di perlukan, posisi harus disusun.

Staffing harus dilakukan dengan aliran orang ke, melalui, dan dari organisasi. Penarikan tenaga kerja, orientasi karyawan, seleksi, dan promosi merupakan beberapa fungsi yang menjadi wewenang manajemen sumber daya manusia. Dari wewenang manajemen sumber daya manusia, staffing nampaknya paling dipengaruhi oleh hukum.

Sistem reward, benefit dan pemenuhan harus dilakukan dengan beberapa tipe reward atau benefit yang mungkin tersedia bagi pekerja, seperti kompensasi, pembayaran jasa, pembagian profit, pemeliharaan kesehatan, vakansi, dan pensiun.

Selain sistem reward, program pengembangan karyawan dan organisasi menitikberatkan pada membantu perkembangan dan memelihara keterampilan pekerja berdasarkan kebutuhan organisasi dan pekerja. Aktivitas kinerja manajemen meliputi menilai individu, unit atau tingkat kinerja keseluruhan untuk diukur dan ditingkatkan kinerja kerjanya.

Komunikasi dan hubungan masyarakat adalah mengenai penyebaran informasi diantara pekerja, manajemen, pelanggan dan lembaga diluar organisasi lainnya. Sistem informasi, riset karyawan, survey sikap, dan publikasi perusahaan juga termasuk dalam bidang komunikasi dan hubungan masyarakat.

2.2.2 Produktivitas Kerja

Peningkatan produktivitas merupakan dambaan setiap perusahaan. Produktivitas mengandung pengertian yang berkenaan dengan konsep ekonomis, filosofis dan sistem.

Sebagai konsep ekonomis, produktivitas berkenaan dengan usaha atau kegiatan manusia untuk menghasilkan barang atau jasa yang berguna untuk pemenuhan kebutuhan hidup manusia dan masyarakat pada umumnya.

Sebagai konsep filosofis, produktivitas mengandung pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan dimana keadaan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan mutu kehidupan hari esok harus harus lebih baik dari hari ini. Hal ini yang memberi dorongan untuk berusaha dan mengembangkan diri.

Sedangkan konsep sistem, memberikan pedoman pemikiran bahwa pencapaian suatu tujuan harus ada kerja sama atau keterpaduan dari unsur-unsur yang relevan sebagai sistem.

Melihat pendapat-pendapat diatas, dapat dikatakan bahwa produktivitas adalah perbandingan antara hasil suatu pekerjaan karyawan dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan.

2.3 Aspek Produksi

2.3.1 Definisi Manajemen Produksi

Manajemen produksi dan operasi adalah seluruh aktivitas untuk mengatur dan mengkoordinasikan faktor-faktor produksi secara efisien untuk menciptakan dan menambah nilai dan benefit dari produk (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh organisasi.

Menurut T. Hani Handoko, manajemen produksi dan operasi dapat di definisikan sebagai pelaksanaan kegiatan-kegiatan manajerial yang dibawakan dalam pemilihan, perancangan, pembaharuan, pengoperasian, dan pengawasan sistem-sistem produktif. Kegiatan-kegiatan tersebut secara ringkas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pemilihan : keputusan strategis yang menyangkut pemilihan proses melalui apa berbagai barang dan jasa akan diproduksi atau disediakan.
2. Perancangan : keputusan-keputusan taktikal yang menyangkut kreasi metoda-metoda pelaksanaan suatu operasi produktif.
3. Pengoperasian : keputusan-keputusan perencanaan tingkat keluaran jangka panjang atau dasar forecast permintaan dan keputusan-keputusan scheduling pekerjaan dan pengalokasikan karyawan jangka pendek.
4. Pengawasan : produsen-produsen yang menyangkut pengambilan tindakan korektif dalam operasi-operasi produksi barang atau penyediaan jasa.
5. Pembaharuan : implementasi perbaikan-perbaikan yang diperlukan dalam sistem produktif berdasarkan perubahan-

perubahan permintaan, tujuan-tujuan organisasional, teknologi dan manajemen.

2.3.2 Ruang Lingkup Manajemen Produksi dan Operasi

Manajemen produksi dan operasi pada umumnya selalu terkait dengan produktivitas. Justifikasi pada pelaksanaan kegiatan sistem operasi yang produktif dapat dilakukan berdasarkan beberapa karakteristik berikut :

a. Efisien, yang menyangkut pengertian output persatuan input, seringkali disebut sebagai produktivitas dan diukur dalam satuan output yang dihasilkan perjam. Efisien berarti *doing the thing right.*
b. Efektivitas, yaitu menyangkut kebenaran dalam melakukan suatu proses. Seringkali disebut sebagai *doing the ringht thing.*
c. Kualitas, merupakan indikator yang menunjukkan tingkat keberhasilan kinerja dari output.
d. Tingkat keandalan dalam penyediaan output, yang berkaitan dengan waktu pengiriman kepada pelanggan.
e. Fleksibilitas, menyangkut mudah tidaknya proses lain yang berbeda. Juga menunjukkan kecepatan memberikan respon positif dalam pembuatan produk baru atau perubahan volume output.

2.3.3 Proses Produksi

Menurut Meredith proses produksi ialah suatu proses menstransformasikan input-input menjadi output-output yang bermanfaat dan dengan demikian menambah nilai pada beberapa hal.

Jadi proses transformasi adalah langkah penambahan nilai dalam proses produksi. Penambahan nilai ini dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu :

1. Alter (mengubah), yaitu pengubahan sesuatu secara struktural yang dapat berupa perubahan fisik. Proses ini merupakan dasar dari industri manufaktur seperti barang dipotong, dicap, dibentuk, diassembling, dan lain sebagainya.
2. Transport, sesuatu menjadi lebih bernilai bila dialokasikan pada tempat tertentu daripada tempat dimana saat ini ia berada. Misalnya bunga yang dikirim sebagai tanda ucapan selamat, sampah yang dibuang ke TPA dan didaur ulang dan lain sebagainya.
3. Store (penyimpanan), yaitu penambahan nilai melalui penyimpanan dalam lingkungan yang terlindung dalam beberapa periode waktu. Misalnya, binatang kesayangan disimpan di kandang selama ditinggal pemiliknya.
4. Inspect (memeriksa), seuatu menjadi lebih bernilai bila kita memahami milik kita. Misalnya melakukan pemeriksaan kesehatan secara berkala, adanya jaminan pembelian suatu produk, dan lain sebagainya.

2.4 Aspek Keuangan

2.4.1 Definisi Manajemen Keuangan

Menurut Suad Husnan manajemen Keuangan adalah manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan. Fungsi keuangan merupakan kegiatan

utama yang harus dilakukan oleh mereka yang bertanggung jawab dalam bidang tertentu**.**

2.4.2 Fungsi Manajemen Keuangan dan Manajer keuangan

J. Van Horne mengungkapkan bahwa fungsi manajemen keuangan terdiri dari tiga keputusan utama yang harus diambil oleh perusahaan, yakni :

1. Keputusan Investasi, yang termasuk kedalam keputusan investasi adalah :
   a. Investasi Modal, yaitu pengalokasian modal kedalam usaha-usaha investasi yang manfaatnya akan direalisasikan pada masa yang akan datang.
   b. Keputusan yang mengalokasikan kembali modal, apabila modal yang terikat pada suatu aktiva tidak dapat dibenarkan lagi dari segi ekonomi.
   c. Penentuan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan. Hal ini berhubungan dengan jumlah dana/modal yang harus disediakan untuk pembelian aktiva-aktiva tersebut.
   d. Komposisi dari aktiva-aktiva tersebut.
   e. Corak risiko bisnis dari perusahaan itu menurut persepsi pensuplai modal.

2. Keputusan pembelanjaan, keputusan ini mencakup penentuan *financing mix* atau struktur modal yang terbaik.

3. Keputusan dividen, keputusan ini meliputi keputusan tentang penetuan pembagian pendapatan antar penggunaan pendapatan untuk dibayarkan kepada para pemegang saham sebagai dividen atau untuk digunakan dalam perusahaan tersebut sebagai laba yang ditahan.

2.4.3 Sumber dan Penggunaan Dana

Dalam mendapatkan dana perusahaan menggunakan atau mempunyai 2 alternatif sumber yaitu :

1. Dari dalam perusahaan sendiri, dan
2. Dari luar perusahaan.

Sumber dana dari dalam perusahaan meliputi :

a. Penggunaan laba perusahaan,
b. Penggunaan cadangan, dan
c. Penggunaan laba yang tidak dibagi.

Sedangkan sumber dana dari luar perusahaan meliputi :

a. Dana dari pemilik dalam bentuk saham, dan
b. Dana dari pinjaman (baik pinjaman jangka pendek maupun jangka panjang).

2.4.4 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil dari proses akuntansi. Pada mulanya laporan keuangan bagi perusahaan hanyalah sebagai alat penguji dari pekerjaan bagian pembukuan, namun selanjutny digunakan sebagai dasar untuk dapat menentukan atau menilai posisi keuangan perusahaan. Bentuk-bentuk laporan keuangan yang akan dijelaskan disini meliputi neraca, laporan rugi laba, dan laporan perubahan modal.

Neraca adalah laporan yang sistematis tentang aktiva, utang, serta modal dari suatu perusahaan pada suatu saat tertentu. Jadi tujuan neraca adalah unutk menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu tanggal tertentu. Neraca terdiri dari aktiva (aktiva lancar dan aktiva tidak lancar) dan utang.

Sedangkan laporan rugi laba merupakan suatu laporan yang sistematis tentang penghasilan, biaya, dan rugi laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode tertentu.

Dan pengertian laporan perubahan modal adalah suatu laporan yang menunjukkan sebab-sebab dari terjadinya perubahan modal perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis data yang diperlukan

3.1.1 Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau objek yang akan diteliti. Untuk memperoleh data primer, metode pengumpulan data yang dipergunakan penulis adalah menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Dalam hal ini penelitian dilakukan pada CV Waringin Sida Rasa, penulis mengumpulkan data secara langsung dengan pemilik CV Waringin Sida Rasa yaitu Ibu Simen di lapangan.

3.1.2 Data Sekunder

Data Sekunder (dari luar perusahaan) yaitu berbagai data yang diperoleh oleh penulis dari berbagai sumber lain, selain data dari lapangan tempat penulis melakukan penilitian. Diantaranya melalui literatur buku-buku ataupun melalui media internet.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1. Riset Lapangan (*Field Research*), Riset lapangan bertujuan untuk mendapatkan data primer dari objek yang diselidiki, yaitu dengan cara langsung mendekati objek tersebut. Untuk mendapatkan data-data primer tersebut, penulis menggunakan tiga macam cara, yaitu:

a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner.

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Dari penjelasan diatas maka penulis melakukan observasi dengan cara terjun langsung ke lapangan atau objek yang sedang di teliti untuk mendapatkan data yang diperlukan sebagai bahan masalah kegiatan yang dilakukan oleh peneliti melihat lokasi usaha dan kualitas layanan serta konsumen di CV Waringin Sida Rasa.

b. Wawancara

Wawancara (*interview*) digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Maka dari itu peneliti melakukan wawancara langsung kepada pemilik perusahaan, untuk mengetahui tentang masalah-masalah lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen yang digunakan peneliti sebagai objek penelitian.

c. Kuesioner

Data dikumpulkan menggunakan metode survei melalui daftar pertanyaan (kuesioner) kepada konsumen yang membeli roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa. Bentuk survei yang dijalankan adalah survei secara individu, dimana survei yang dijalankan oleh penulis dengan menemui responden secara bertatap muka yang diperoleh dari

buku-buku, dan arsip yang berhubungan dengan bidang atau masalah yang dibahas dalam penyusunan laporan.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*) yaitu mengumpulkan data yang diperoleh dari buku-buku, dan arsip yang berhubungan dengan bidang atau masalah yang dibahas dalam penyusunan laporan.

3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang nilai-nilainya tidak bergantung pada variabel lainnya, biasanya disimbolkan dengan X. Variabel ini digunakan untuk meramalkan atau menerangkan nilai variabel yang lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah:

X1= Lokasi Usaha

X2= Kualitas Layanan

b. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilai-nilainya bergantung pada variabel lainnya, biasanya disimbolkan Y. Variabel ini merupakan variabel yang diramalkan atau diterangkan nilainya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah keputusan pembelian.

3.3.2 Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah penentuan indikator sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Defenisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan indikator, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain utnuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran indikator yang lebih baik.

Adapun defenisi operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris (IE) yang meliputi:

1. Lokasi Usaha, Indikator Empirisnya adalah

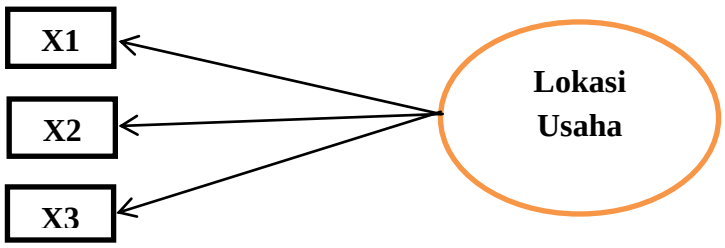
   a. Akses

   b. Visibilitas

   c. Tempat Parkir

Berikut ini adalah gambar yang menerangkan indikator tentang Lokasi Usaha:

Gambar III.1 Indikator Variabel Lokasi Usaha



Keterangan :

X1= Akses

X2= Visibilitas

X3= Tempat Parkir

2. Kualitas Layanan, Indikator Empirisnya adalah :

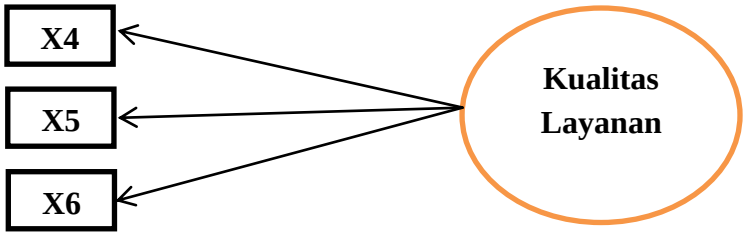
a. Pelayanan Cepat

b. Pelayanan Pegawai Ramah

c. Kesan Layanan

Berikut ini adalah gambar yang menerangkan indikator tentang Kualitas Layanan yaitu:

Gambar III.2 Indikator Variabel Kualitas Layanan



Keterangan:

X4= Pelayanan Cepat

X5= Pelayanan Pegawai Ramah

X6= Kesan Layanan

3.Keputusan Pembelian, Indikator empirisnya dalah :

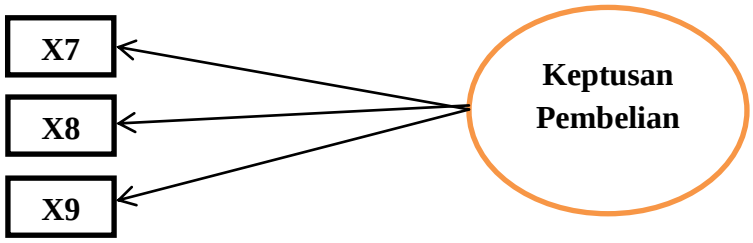
a. Pengetahuan

b. Harga

c. Persepsi

Berikut ini adalah gambar yang menerangkan indikator tentang Keputusan Pembelian yaitu:

Gambar III.3 Indikator Variabel Keputusan Pembelian



Keterangan:

X7= Pengetahuan

X8= Harga

X9= Persepsi

3.4 Populasi dan Penetuan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas, serta ciri-ciri yang ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Untuk penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen yang membeli roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa. Daerah pengambilan sampel dilakukan pada perusahaan ini. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang sangat banyak, tersebar dan sulit diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probabilitas. Metode pemilihan sampel yang digunkan adalah *purposive sampling* (sampling tujuan), dimana penulis memiliki kriteria atau tujuan tertentu terhadap sampel yang akan diteliti. Adapun alasan penggunaan metode tersebut dikarenakan penulis ingin mendapatkan informasi yang tepat dengan cara yang praktis.

Responden yang dipilih adalah konsumen yang membeli kue dan roti di CV Waringin Sida Rasa. Tujuan penggunanan *purposive sampling* dalam penelitian ini untuk memperoleh responden yang telah melakukan keputusan pembelian pada roti dan kue pada CV Waringin Sida Rasa. Alasan penulis memilih responden konsumen yang membeli roti dan kue di perusahaan, karena konsumen juga tau mnegenai kualitas produk dan kualitas layanan yang dihasilkan perusahaan ini. Konsumen pasti juga tau dimana kelemahan dan kekuatan lokasi dan layanan perusahaan ini.

Penentuan jumlah sampel sangat penting dalam penelitian. Agar hasil penelitian lebih baik, maka diperlukan sampel yang baik pula yaitu sampel yang *representative* (mewakili). Dalam menghitung besarnya sampel penulis menggunakan rumus *yamame*, berikut perhitungannya:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1} = \frac{65}{65.0.05^2 + 1} = \frac{65}{1.1625} = 55.91\ (56\ Responden)$$

Keterangan:

n= jumlah sampel

N=jumlah populasi

d= Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

sampel yang dapat ditoleransi. Konstanta (0,05 atau 5%)

populasi sebesar 65, didapatkan dari rata-rata konsumen yang datang untuk membeli dan menggunakan produk roti dan kue selama satu bulan. Dari hasil perhitungan diatas penelitian ini mengambil sampel 56 responden.

3.4.3 Skala Penilaian

Pada penelitian ini digunakan skala Likert yang membagi lima kategori jawaban pertanyaan sikap yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), ragu-ragu (R) tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Adapun penilaian skala likert dengan lima alternatif jawaban tersebut terdapat dalam sebagai berikut:

Tabel III.1 Penilaian Skala Likert dengan Lima Alternatif Jawaban

Alternative	Kode	Point/Nilai
a. SS = Sangat Setuju	SS	5
b. S = Setuju	S	4
c. R = Ragu-ragu	R	3
d. TS = Tidak Setuju	TS	2
e. STS = Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Pengujian instrumen biasanya terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Dalam perhitungan uji validitas penulis menggunakan bantuan *Microsoft Excel* sedangkan untuk perhitungan reliabilitas penulis menggunakan teknik belah dua *(Split Half)* dengan rumus Spearman Brown.

3.5.1 Uji Validitas

Tentang uji validitas ini dapat dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

1. Uji ini dilakukan untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner sehingga dapat mendefenisikan suatu variabel tersebut.

2. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel dengan tingkat kesalahan 5%

3. kuesioner pada penelitian ini dibagikan kepada 56 responden sehingga didapat r tabel sebesar 0,259

4. jika r tabel < r hitung, maka butir soal disebut valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Tentang uji reliabilitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

1. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.

2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.

3. Jika alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna

Jika alpha antara 0,70-0,90 maka reliabilitas tinggi

Jika alpha antara 0,50-0,70 maka reabilitas moderat

Jika alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah

3.6 Metode Analisis Data dan Pengolahan

3.6.1 Analisis Korelasi

1. Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien berganda ini bertujuan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara Variabel bebas (*Independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$R_{X1X2} = \sqrt{\frac{r^2x_1y + r^2x_2y - 2\,(rx_1y)(rx_2y)(rx_1x_2)}{1 - r^2x_1x_2}}$$

2. Koefisien Penentuan dan Koefisien Determinasi

Suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi (naik turunnya) Y. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$KP = Rx_1x_2 \,.\, 100\%$$

Sebelum mencari nilai koefisien penentuan, perlu juaga dicari nilai korelasi linear sederhana antara tiap variabel, hal ini untuk mengetahui hubungan antara tiap-tiap variabel yang ada secara satu persatu, misalnya korelasi X_1 terhadap Y, korelasi antara X_2 terhadap Y, korelasi antara X_1 dan X_2 terhadap Y.

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif. Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika (misalnya fungsi multivariate), model statistik dan ekonometrik. Hasil analisi disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikasn dalam suatu uraian.

Dalam pengolahan data untuk masalah di aspek pemasaran, digunakan teknik analisa statistik dengan menggunakan analisis regresi

linier berganda dan uji hipotesis, yaitu uji F dan uji t (uji parsial) sebagai berikut :

1. Regresi Linear Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa

$$\mathbf{Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + \ldots\ldots + b_n.X_n}$$

u untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variable bebas (*independent*) terhadap satu variable terikat (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan.

Gambar III.4 Rumus Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = variabel terikat

X_1 = variabel bebas pertama

X_2 = variabel bebas kedua

X_3 = variabel bebas ketiga

X_n =variabel bebas ke-n

a dan b_1 serta b_2 = konstanta

Regresi linear dengan 2 prediktor langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

a. Menerapkan metode skor deviasi

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

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

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

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

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

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

7) $\bar{X}_1 = \frac{\sum X_1}{n}$

8) $\bar{X}_2 = \frac{\sum X_2}{n}$

9) $\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}$

b. Mencari nilai koefisien - koefisien

1) Menghitung nilai koefisien b_1

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 . x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 . x_2)^2}$$

2) Menghitung nilai koefisien b_2

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

3) Menghitung nilai koefisien a

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

c. Menentukan persamaan regresi dengan dua variabel bebas

$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$

d. Mencari korelasi berganda

$$R_{X1.X2.Y} = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 . \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

e. Mencari koefisien determinasi

$KP = (R_{X1.X2.Y})^2 \text{ x } 100\%$

2. Uji hipotesis regresi berganda dua prediktor

Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis terhadap penerapan metode regresi linear berganda adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara kelompok data A dan B (variabel bebas X1 dan X2) terhadap kelompok data C (variabel terikat Y). Langkah-langkah didalam melakukan Uji Hipotesis regresi berganda dua prediktor sebagai berikut :

- Uji signifikansi secara simultan (bersama-sama)

a. Membuat hipotesis dalam uraian kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara Lokasi Usaha dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara Lokasi Usaha dan Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian.

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

Ho : $\beta = 0$

Ha : $\beta \neq 0$

c. Menentukan taraf signifikan α

d. Kaidah pengujian

Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka terima Ho.

Jika, $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tolak Ho.

e. Menghitung F_{hitung} dan F_{tabel}

1) Menghitung nilai F_{hitung}

$$F_{hitung} = \frac{(R_{X1,X2,Y})^2(\mathrm{n} - \mathrm{m} - 1)}{\mathrm{m}(1 - R^2_{X1,X2,Y})}$$

Keterangan :

m = jumlah variabel bebas

n = jumlah data

2) Menentukan nilai F_{tabel}

Nilai F_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel F

$F_{tabel} = F_{(\alpha)(dka.dkb)}$

Keterangan :

dka = jumlah variabel bebas (pembilang)

dkb = n – m – 1 (penyebut)

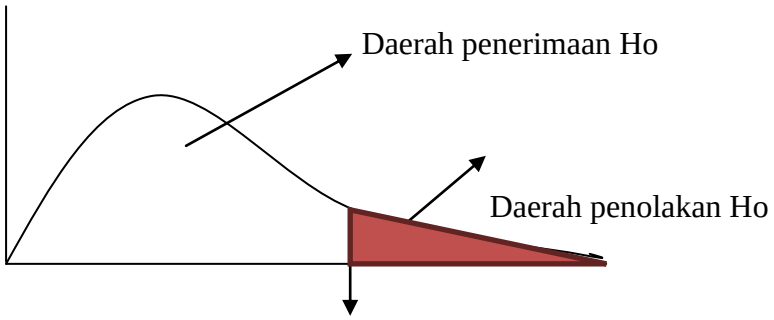
f. Membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung}

Tujuan membandingkan F_{tabel} *dan* F_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

g. Mengambil keputusan

Menerima atau menolak Ho.

Gambar III.5 Diagram Uji F



- Uji signifikansi secara parsial

Langkah-langkah dalam uji signifikansi secara parsial adalah sebagai berikut :

a. Membuat hipotesis dalam uraian kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data A atau B terhadap kelompok data C.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data A atau B terhadap kelompok data C.

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

Ho : $\beta_j = 0$

Ha : $\beta_j \neq 0$

Dimana β_j adalah koefisien yang akan diuji.

c. Menentukan taraf signifikan (α)

d. Kaidah pengujian

Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka Ho diterima.

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak.

e. Menghitung t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{bi}{S_{bi}}$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi

S_{bi} = standar error

Sebelum menghitung t_{hitung} terlebih dahulu mencari nilai S_{bi} (standar error). Adapun nilai S_{bi} (standar error) dapat dicari dengan tahapan sebagai berikut :

1) Menghitung nilai standar error

- Standar error S_{b1}

$$S_{b1}{}^2 = \frac{S_{X1.X2}}{\sum x_1{}^2 . \ (1 - r_{x_1 x_2})}$$

- Standar error S_{b2}

$$S_{b2}{}^2 = \frac{S_{X1.X2}}{\sum x_2{}^2 .\ (1 - r_{x_1 x_2})}$$

2) Menghitung nilai standar deviasi regresi berganda ($S_{X1.X2}$)

- Menentukan nilai varian

$$S^2_{Xi.X2} = \frac{\sum y^2 - [b_1(\sum x_1 y) + b_2(x_2 y)]}{n - m - 1}$$

- Menentukan nilai deviasi standar

$$S_{X1.X2} = \sqrt{S^2_{X1.X2}}$$

Keterangan :

$S_{X1.X2}$ = standar deviasi regresi berganda

n = jumlah data

m = jumlah variabel bebas

f. Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-student.* Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2.

Rumus : $t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$

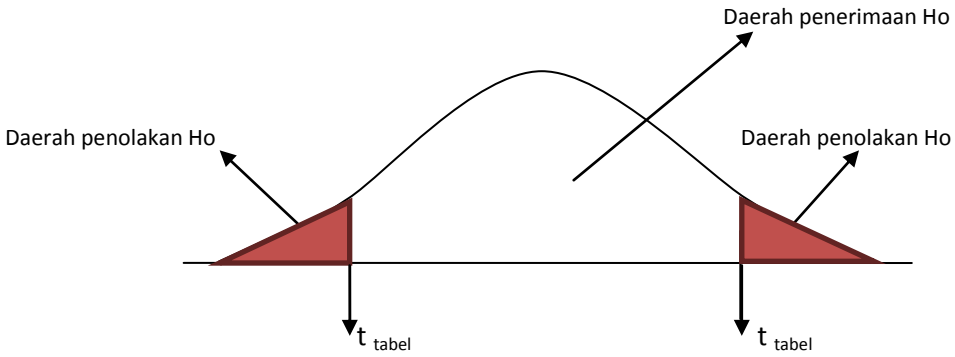
g. Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}

Tujuan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

h. Mengambil keputusan

Tujuan dari membuat keputusan adalah untuk mengetahui hipotesis mana yang terpilih, Ho atau Ha.

Gambar III.6 Diagram Uji t



BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

CV Waringin Sida Rasa adalah sebuah perusahaan di bidang kuliner yang memproduksi roti dan kue.Perusahaan ini didirikan oleh Bu Simen pada tahun 2002.Ibu Simen awalnya tinggal di Kebumen, lalu untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik, Ibu Simen merantau ke Bekasi dan mulai menemukan ide membuat usaha roti dan kue sendiri.

Perusahaan CV Waringin Sida Rasa sudah memiliki surat izin yang lengkap seperti SIUP, TDP, NPWP, dan Surat Domisili Perusahaan. Dengan dibantu para pegawainya yang sebagian besar berasal dari Kebumen juga, Perusahaan Ibu Simen mulai berkembang dan memperoleh keuntungan bersih hingga puluhan juta rupiah setiap bulan.

4.1.2 Klasifikasi Perusahaan

Nama perusahaan	: CV Waringin Sida Rasa
Nama pemilik	: Bu Simen
Tahun berdiri	: 2002
Klasifikasi kelas	: Kecil
Jenis usaha	: Produksi roti dan kue
Daerah kerja	: Kota Bekasi

Alamat/ tempat usaha	: Jl. Kemang Raya No. 59 RT 06/02 Jati Bening, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat
Telepon	: 021-84973982
Nomor SIUP	: 510/PK/1601/BPPT.4
Nomor TDP	: 10.26.3.46.13601
Nomor NPWP	: 73.313.611.3-432.000
Jumlah pekerja	: 12 orang

4.1.3 Lokasi Perusahaan

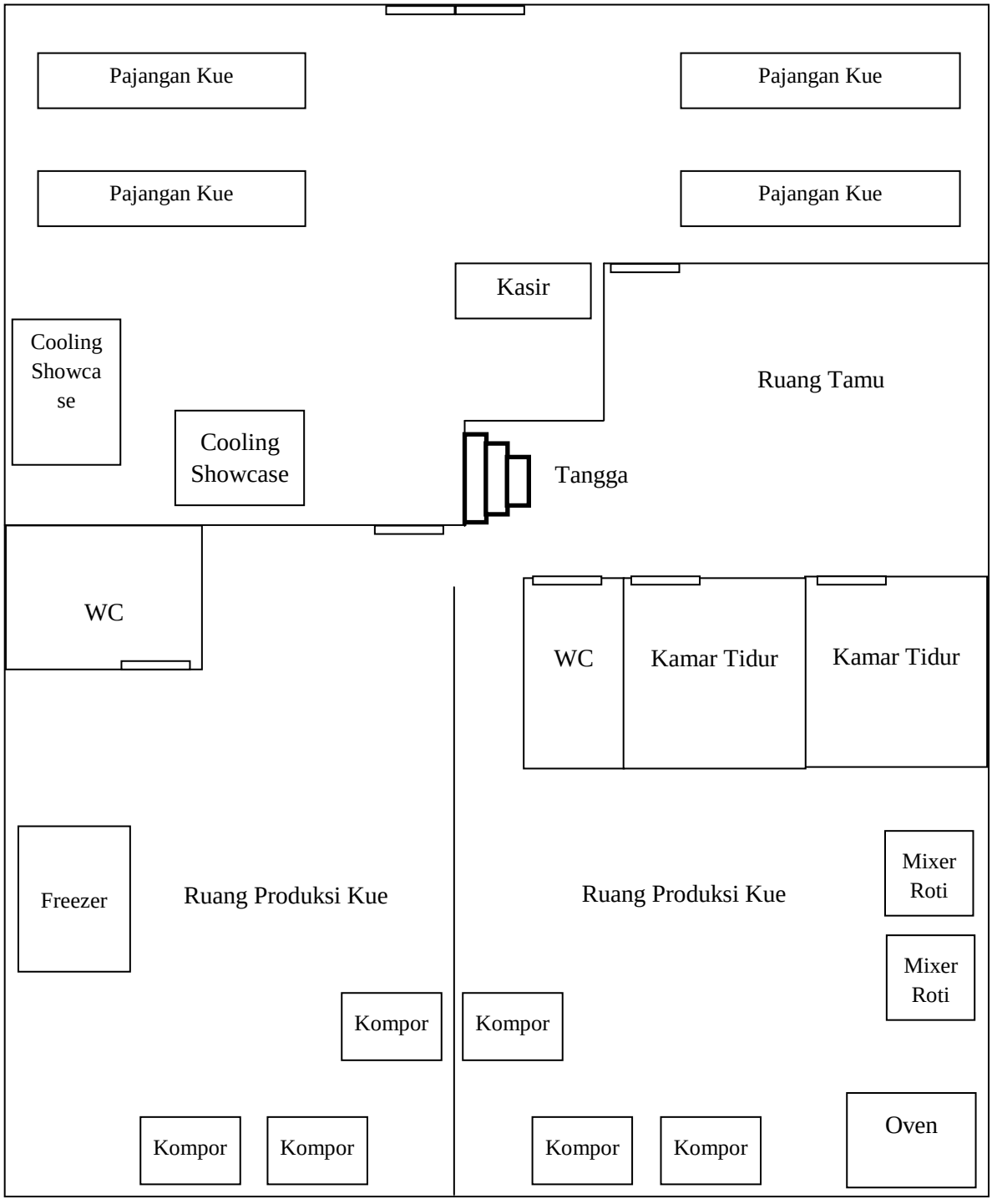
Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. CV Waringin Sida Rasa berlokasi di Jl. Kemang Raya No. 59 RT 06/02 Jati Bening, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat. Untuk menentukan lokasi perusahaan yang efektif memerlukan pikiran dan pertimbangan yang luas dari pemimpin perusahaan. Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya :

a. Harga beli tanah dan bangunan yang sangat terjangkau untuk penempatan di pinggir jalan raya.
b. Tenaga kerja yang dibutuhkan tidak memelukan kualifikasi yang tinggi sehingga upah tenaga kerja juga terjangkau.
c. Fasilitas lingkungan yang memenuhi syarat kecukupan listrik air dan telepon, dan kelancaran lalu lintas.
d. Penyediaan bahan baku yang dibisa diperoleh dengan mudah.

4.1.4 Layout Perusahaan

Gambar IV.1. *Layout* CV Waringin Sida Rasa

Lantai 1



Lantai 2

4.2 Bidang Personalia

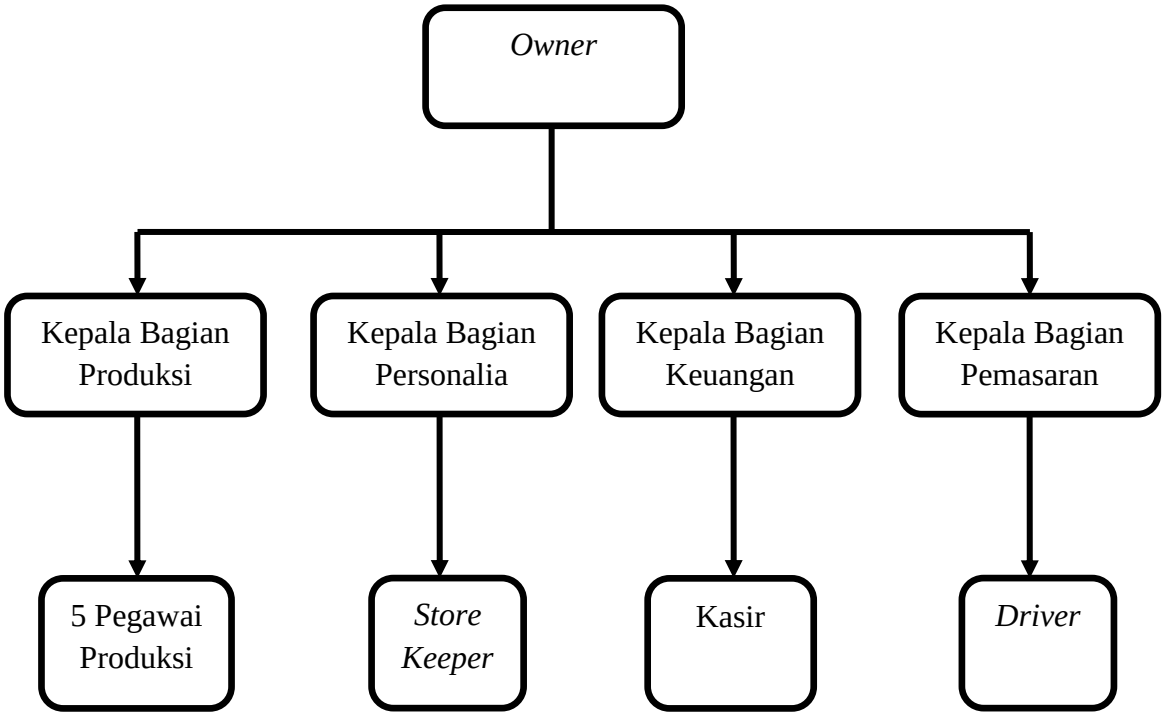
Pada aspek personalia akan memberi penjelasan bagaimana sebuah sistem dalam perusahaan yang akan diterapkan untuk mengusahakan pencapaian goal/keberhasilan tujuan perusahaan. Tentu dalam hal ini sangat dibutuhkan suatu organisasi yang baik untuk mengelola perusahaan dengan bidang dan wewenang yang berbeda untuk membentuk suatu hubungan kerjasama yang terpadu. Bidang ini akan membahas tentang struktur organisasi, deskripsi jabatan, spesifikasi jabatan, dan proyeksi kebutuhan tenaga kerja.

4.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam hal mengelola sebuah perusahaan yang baik dapat dicapai melalui pembentukan suatu struktur organisasi yang tepat, artinya orang-

orang yang ditempatkan disetiap bidang atau posisi jabatan masing-masing disesuaikan juga dengan keahlian mereka. Melalui struktur organisasi, akan lebih mempermudah setiap anggota organisasi yang sudah ditempatkan pada jabatan/bidang tertentu dapat mengerjakan dan mengetahui tugasnya secara terstruktur. Struktur organisasi dalam perusahaan akan mengaitkan jabatan, tugas, dan cara pengoperasian.

Gambar IV.2. Struktur Organisasi CV Waringin Sida Rasa



Sumber: CV Waringin Sida Rasa

4.2.2 Deskripsi Jabatan

1. *Owner*

Owner perusahaan adalah pendiri sekaligus pemilik dari perusahaan. Tugas *owner* perusahaan antara lain:

a. Melaksanakan koordinasi antar kepala bagian dan bawahannya.

b. Menentukan kebijaksanaan yang menyangkut keuangan, tata-usaha, kepegawaian dan rencana induk perusahaan.

c. Melakukan pengawasan terhadap setiap kegiatan agar berjalan sesuai dengan program yang telah ditetapkan.

d. Ikut serta aktif dalam mempromosikan produk perusahaannya.

e. Melaksanakan tugas lain yang berkaitan dengan fungsinya.

2. Kepala bagian keuangan

Tugas dari kepala bagian keuangan antara lain:

a. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.

b. Mencatat dan melasanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.

c. Membuat laporan keuangan.

*Kasir

Tugas dari kasir adalah melakukan pencatatan atas semua transaksi di perusahaan, melakukan pembungkusan produk, serta melaksanakan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang.

3. Kepala bagian produksi

Tugas dari kepala bagian produksi antara lain:

a. Menangani masalah penyimpanan dan bahan baku, bahan pelengkap produksi, hasil produksi, serta alat-alat produksi.

b. Bertanggung jawab terhadap proses dan hasil produksi, baik kualitas maupun kontinuitasnya.

c. Melaporkan dan mendistribusikan ke bagian pemasaran.

d. Melakukan pencatatan seluruh aktifitas produksi.

*Karyawan Produksi

Karyawan produksi adalah orang yang membuat langsung produk kue dan roti dengan mengikuti instruksi dari kepala bagian produksi.

4. Kepala bagian pemasaran

Tugas dari kepala bagian pemasaran antara lain:

a. Mencatat barang yang akan dijual.

b. Memasarkan/menjual produk.

c. Memperluas daerah pemasaran dengan mengadakan analisis pasar.

d. Mengatur strategi bersaing.

e. Mencari dan mengusulkan kepada direktur mengenai daerah pemasaran yang baru.

**Driver*

Tugas dari *driver* adalah mengantarkan produk kue dan roti ke agen/konsumen yang berada di Jabodetabek.

5. Kepala bagian personalia

Tugas dari kepala bagian personalia antara lain:

a. Menerima pemesanan konsumen.

b. Membuat invoice.

c. Melakukan pengawasan dan pengecekan pada penyimpanan produk.

d. Menerima informasi dan keluhan konsumen.

**Store Keeper*

Tugas dari *store keeper* adalah melakukan penyimpanan kue dan roti pada gudang penyimpanan, melakukan pengawasan pada keamanan penyimpanan roti dan kue, serta mengatur jumlah stock kue dan roti yg ada di penyimpanan agar terkontrol.

4.2.3 Data Tenaga Kerja

Tenaga kerja pada suatu perusahaan merupakan bagian penting yangakan melaksanakan kegiatan secara keseluruhan untuk proses produksi dan manajemen perusahaan. tenaga kerja pada perusahaan ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.1. Data Tenaga Kerja Tahun 2015

Keterangan	**Laki-laki**	**Perempuan**	**Total**
Karyawan	8 orang	4 orang	12 orang

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Total keseluruhan tenaga kerja adalah 12 orang, dengan jumlah laki-laki sebanyak 8 orang dan perempuan sebanyak 4 orang tenaga kerja. Tenaga kerja perempuan itu dibagikan tugas pada bagian keuangan dan finishing, sedangkan tenaga kerja laki-laki dibagikan tugas pada produksi, bagian penyimpanan, dan *driver*.

Tabel IV.2. Data Berdasarkan Usia

Usia	**Jumlah**
21 – 30 tahun	9 orang
31 – 40 tahun	3 orang

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Dengan berdasarkan pada tingkat usia, tenaga kerja di CV Waringin Sida Rasa banyak dari usia-usia yang produktif. Yaitu orang-orang yang mempunyai tekad dan semangat kerja yang tinggi.

Tabel IV.3. Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	**Jumlah**
SMP	9 orang
SMA/SMK	3 orang

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Tingkat pendidikan tenaga kerja di CV Waringin Sida Rasa tidak harus berasal dari tingkat pendidikan tertentu, yang terpenting adalah orang tersebut mau bekerja dan memiliki daya tangkap yang baik, khususnya untuk bagian administrasi perusahaan. Sedangkan untuk bagian produksi, yang terpenting adalah orang tersebut memiliki keahlian/keterampilan di bidang produksi kue dan roti.

Tabel IV.4. Data Jam Kerja

Keterangan	**Mulai**	**Istirahat**	**Selesai**
Normal	03.00	Selama 3 jam Disesuaikan	18.00
Lembur	18.00	-	20.00

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Jam/waktu kerja efektif pada CV Waringin Sida Rasaadalah 12 jam kerja karena semua karyawannya bertempat tinggal di dalam gedung pabrik yang sudah tersedia kamar untuk para karyawan. Jam kerja dimulai dari pukul 03.00 pagi sampai dengan pukul 18.00, dimana waktu istirahat

selama 3 jam disesuaikan dengan keinginan pekerja dan kondisi pekerjaannya, tidak ada jam khusus untuk istirahat. Jika permintaan akan kue bertambah, CV Waringin Sida Rasa memberlakukan jam kerja lembur yang dimulai dari pukul 18.00 sampai dengan pukul 20.00. Untuk hari Minggu perusahaan ini tetap melakukan kegiatan proses produksi dan memasarkan, jadi perusahaan ini memiliki jam kerja setiap hari

4.2.4 Perekrutan Sampai Pemberhentian Karyawan

Adapun proses-proses perekrutan karyawan yang dilaksanakanoleh CV Waringin Sida Rasa adalah sebagai berikut:

1. Pendaftaran Calon Karyawan.

   Sistem perekrutan tenaga kerja pada perusahaan ini adalah masih bersifat kekeluargaan. Selain itu, perusahaan juga memberitahukan hak-hak dan kewajiban yang akan mereka dapatkan agar tidak terjadi konflik dikemudian hari. Adapun klasifikasi yaitu pendidikan min. SLTA atau sederajat,

2. Training karyawan Baru.

   Perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan pada saat permulaan kerja sampai karyawan benar-benar mengerti, memahami, dan mampu melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Bentuk pelatihan ini hanya diperuntukan untuk bidang pekerjaan yang tidak membutuhkan keahlian khusus. Untuk jenis pekerjaan yang memerlukan keahlian khusus perusahaan hanya menerima karyawan yang dapat langsung siap kerja dan memiliki keahlian dan pengalaman yang baik dalam bidang tersebut sehingga hal ini tidak akan memberikan pengaruh atas produktifitas perusahaan. Ditahap ini perusahaan memberikan masa percobaan 3 bulan kepada karyawan barunya untuk menentukan jumlah gaji yang akan diterimanya, karena jumlah gaji tergantung dari kerajinan yang dimiliki karyawan. Karyawan yang sudah mempunyai

kerajinan dan kedisiplinan lebih tinggi dibanding karyawan lain, maka akan menerima gaji yang lebih tinggi pula. Jumlah gaji yang akan diterima karyawan adalah Rp1.000.000

3. Masa Evaluasi.

Dalam hal ini masa evaluasi karyawan baru berkisar antara 3-6 bulan. Pemilik perusahaan akan melaksanakan rapat evaluasi untuk memantau pekembangan karyawan baru tersebut serta mengawasi pekerjanaannya. Jika pekerjaannya bagus, maka karyawan tersebut akan terus bekerja. Tetapi jika tidak, maka kepala bagian yang akan menegurnya. Tetapi jika masih saja pekerjaanya terus mengalami penurunan, maka karyawan tersebut akan ditegur langsung oleh pemilik langsung dengan cara memanggilnya ke ruangan pemilik agar karyawan lain tidak melihatnya. Jika karyawan masih tidak menunjukan perkembangan, maka dengan berat hati pemilik harus memberhentikannya dari perusahaan.

4. Penempatan.

Dalam hal penempatan karyawan di posisi mana dia akan bekerja, disesuaikan dengan kebutuhan pekerjaan dan bagian yang sedang kosong.

5. Pemberhentian Kerja

Perusahaan ini tidak memiliki jangka waktu tertentu serta tidak mempunyai peraturan yang mengikat dalam pemberhentian tenaga kerja. Pemberhentian pekerjaan biasanya terjadi atas keinginan karyawannya sendiri dan/atau ada karyawan yang tidak jujur dalam bekerja sehingga terpaksa dipecat.

4.2.5 Kesejahteraan Karyawan

Cara perusahaan untuk mensejahterakan karyawannya sebagai berikut:

1. Gaji Karyawan.

Perusahaan memberi gaji karyawannya berdasarkan kerajinan dan kedisiplinan dalam bekerja yang dimiliki oleh masing-masing karyawan. Semakin tinggi kerajinan dan kedisiplinan tersebut, maka semakin tinggi gaji yang diberikan perusahaan.

Tabel IV.5. Data Upah Karyawan (perbulan)

Keterangan	**Kisaran Upah (Rp)**
Ka.Produksi	3.000.000
Ka.Pemasaran	3.000.000
Ka.Personalia	3.000.000
Ka.Keuangan	3.000.000
Pegawai Produksi (5)	5 x 2.000.000 = 10.000.000
Kasir	2.000.000
Store Keeper	2.000.000
Driver	800.000

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Sistem pengupahan pada CV Waringin Sida Rasa khususnya pada seluruh kepala bagian disetiap bidang berkisar Rp 3.000.000/bln sedangkan untuk setiap karyawan pada perusahaan ini berkisar Rp 2.000.000/bln serta yang terakhir untuk *driver* diberikan upah Rp 800.000/bln.

Ada 2 cara gaji mengalami kenaikan:

a. Inflasi, setiap tahun seluruh karyawan akan mengalami kenaikan gaji meskipun persentasenya kecil.

b. Prestasi, dalam menaikan upahnya pemilik akan bekerjasama dengan kepala dari masing-masing bagian, untuk melihat pekembangan anak buahnya apakah sudah pantas upahnya untuk dinaikkan atau tidak. Jadi dalam hal ini bukan pemilik sendiri saja yang menilai.

Adapun kepala bagian tiap-tiap bagian dipilih berdasarkan prioritas:

a. Lama bekerja (loyalitas terhadap perusahaan).
b. Keahlian yang dimilikinya diatas karyawan yang lain (prestasi).
c. Memiliki jiwa senioritas (disegani oleh karyawan lainnya).
d. Dan dapat dipercaya

2. Penyediaan insentif dan kesejahteraan.

a. Setiap tahunnya masing-masing karyawan mendapatk THR.

b. Bagi kepala bagian dan bagian tertentu (sekertaris dan Keuangan) mendapatkan tunjangan jabatan setiap bulannya.

c. Jika sakit, maka pengobatan akan diganti sesuai dengan jumlah kuitansi pembayaran dari dokter, berlaku untuk karyawan.

d. Pemilik perusahaan akan datang menjenguk langsung dan memberi uang pengobatan sesuai kondisinya, jika karyawan mengalami sakit parah.

4.2.6 Legalitas Perusahaan

Dalam mendirikan suatu usaha, perlu memiliki suatu kajian mengenai segala prosedur yang berkaitan dengan perizinan atau berbagai persyaratan yang terlebih dahulu harus dipenuhi untuk menjalankan suatu usaha, sehingga tidak terjadi konflik dikemudian hari. Legalitas usaha dibutuhkan demi kelangsungan hidup perusahaan, ketika keberadaannya diterima lingkungan karena memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan memberikan konstribusi pertumbuhan ekonomi daerah (pajak).

1. Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan	: CV Waringin Sida Rasa
Lokasi	: Jl. Kemang Raya NO.59 RT 06/02 Jatibening, Pondok Gede, Bekasi Jawa Barat
Bentuk Badan Hukum	: *Commmanditaire Vennootschaap* (CV)
BidangUsaha	:Produksi Roti dan Kue

2. Dokumen dan Perizinan

Adapun jenis-jenis dokumen dan surat izin yang sudah didapat oleh CV Waringin Sida Rasa antara lain :

a. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP),
b. Surat Domisili Perusahaan
c. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
d. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

4.3 Aspek Pemasaran

4.3.1 Produk yang Dijual

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kue dan roti, dalam kegiatan sehari-harinya CV Waringin Sida Rasa memproduksi tiga (3) jenis kue dan roti , yaitu: pastel, risoles, dan roti coklat. Ketigakue itu dikemas menjadi satu produk yaitu dalam satu kotak yang dihasilkan CV Waringin Sida Rasa sangat enak dan banyak diminati semua kalangan. Komposisi pembuatan kue dan roti juga sangat diperhatikan oleh perusahaan ini sehingga kualitas terjaga dan terutama ketika pembuatan produknya kebersihan diperhatikan. Memang produk kue dan roti CV Waringin Sida Rasa ini belum memiliki sertifikat label Halal dari MUI, namun Ibu Simen selaku pemilik usaha ini berencana secepatnya akan mengurus sertifikat tersebut untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pada konsumen.

4.3.2 Wilayah Pemasaran Produk

Wilayah pemasaran dari produksi kue dan roti CV Waringin Sida Rasa ini terfokus di wilayahJati Bening. Dalam memasarkan produknya di Jatibening, CV Waringin Sida Rasa menggunakan mobil pribadinya bermerek Innova untuk mengantarkan roti dan kue bagi konsumen yang melakukan pemesanan *delivery*. CV Waringin Sida Rasa juga sering menerima pesanan dari luar Jati Bening seperti banyak daerah di Jakarta yang sudah mengetahui produk-produk dari CV Waringin Sida Rasa.

4.3.3 Saluran Distribusi Produk/*Place*

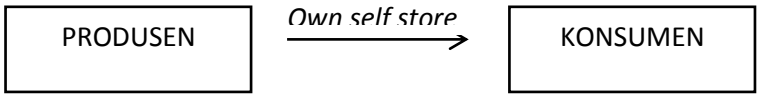
Place berbicara mengenai tempat penyaluran atau sistem pendisitribusian barang yang digunakan oleh perusahaan. Fungsi utama saluran distribusi adalah untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini, perusahaan terutama manajer pemasaran ketika melaksanakan dan menentukan sistem distribusi harus melakukan

pertimbangan yang baik dan memberi perhatian penuh pada keputusan yang diambil.

Untuk menyampaikan produk yang dihasilkan kepada konsumen dibutuhkan strategi distribusi yang tepat. Saluran yang dipilih akan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat perkembangan atau bahkan tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha.

CV Waringin Sida Rasa menggunakan 1 macam saluran distribusi, yaitu menyalurkan produknya melalui jaringan tokonya.

Gambar IV.3. Saluran Distribusi CV Waringin Sida Rasa



Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Untuk mendapatkan produk kue dan roti dari CV Waringin Sida Rasa, konsumen dapat datang ke outlet yang berada di JL.Kemang Raya No 59 RT 06/02 Jati Bening, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat. Bukan itu saja, konsumen juga dapat memesan langsung via telepon di: 021-84973982 (Ibu Simen), Sehingga lebih memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan dalam jumlah yang besar, karena CV Waringin Sida Rasa juga menyediakan jasa *Delivery* (antar langsung)

4.3.4 Promosi yang Dilakukan Perusahaan

Promosi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan akan produk yang ditawarkan,

sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh. Berikut adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh CV Waringin Sida Rasa:

1. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien. Biasa dilakukan pemilik perusahaan atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan atau kerabat yang mempunyai bisnis penjualan roti dan kue.

2. Potongan harga

CV Waringin Sida Rasa juga memberikan potongan harga bagi pelanggan dan konsumen yang membeli produknya dalam jumlah unit tertentu. Tentu saja hal ini dilakukan untuk merangsang konsumen baru untuk menjadi pelanggan dari perusahaan ini.

3. Mengikuti pameran UKM

CV Waringin Sida Rasa juga rutin mengikuti pameran-pameran UKM yang diadakan oleh beberapa instansi. Dengan cara demikian, CV Waringin Sida Rasa dapat memperkenalkan produknya lebih lagi di kepada masyarakat.

4. Brosur dan kartu nama

Dengan rutinnya CV Waringin Sida Rasa mengikuti pameran-pameran UKM untuk memperkenalkan produknya, maka diperlukanlah brosur berisi informasi produk dan kartu nama yang dapat dibagikan pada saat pameran berlangsung. Oleh karena itu, CV Waringin Sida Rasa rutin memesan brosur dan kartu nama pada perusahaan percetakan.

Berikut ini adalah biaya promosi yang dikeluarkan CV Waringin Sida Rasa terhitung dari tahun 2011 - 2015, yaitu:

Tabel IV.6. Biaya Promosi CV Waringin Sida Rasa

Keterangan	**TAHUN**				
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**

1. Pameran	6,000,000	6,000,000	6,500,000	7,000,000	7,000,000
2. Brosur	550,000	550,000	550,000	580,000	600,000
3. Kartu nama	200,000	200,000	200,000	250,000	300,000
Total biaya	**6,750,000**	**6,750,000**	**7,250,000**	**7,830,000**	**7,900,000**

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

4.3.5 Pembelian

CV Waringin Sida Rasa menerapkan fungsi pembelian dalam hal bahan baku, yaitu dengan memilih bahan baku yang berkualitas baik dan sesuai dengan standar mutu agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat, sehingga fungsi pemasaran yang dilakukan CV Waringin Sida Rasa berhasil dilaksanakan dan menunjang peningkatan penjualan.

Pembelian konsumen ke produsen (CV Waringin Sida Rasa) dilakukan dengan menggunakan saluran distribusi yang dijelaskan pada gambar 4.5 konsumen datang ke outlet toko roti langsung atau juga bisa melakukan pemesanan via *telephone*.

Sedangkan untuk administrasi yang dilakukan oleh perusahaan CV Waringin Sida Rasa dalam situasi pemesanan adalah dengan cara:

- Administrasi pembelian dengan pemesanan besar atau kecil

  Administrasi dalam pembelian produk melalui via pemesanan, khususnya pedagang yang ingin menjual kembali roti atau perkantoran maupun sekolahan dapat langsung datang ke CV Waringin Sida Rasa menggunakan bon/kwitansi dengan bayar di tempat (langsung atau cash) atau bayar uang muka dahulu (DP) yang pelunasannya setelah produk diterima konsumen.

Dalam administrasi yang dilakukan CV Waringin Sida Rasa pada konsumen yang ingin langsung membeli produk atau melakukan

pemesanan, dapat menggunakan telepon/*contact person*yang ada pada brosur perusahaan ini atau datang langsung ke CV Waringin Sida Rasa yang selanjutnya akan disepakati dengan sistem administrasi berikutnya.

4.3.6 Data Penjualan

Untuk hal penjualan, CV Waringin Sida Rasa melakukannya dengan cara menyiapkan produk-produk roti di outlet toko yang sudah disediakan dilemari kaca, sehingga konsumen dapat melihat dan memilih-milih langsung produk-produk yang disajikan di perusahan tersebut. Penjualan dilakukan disekitar wilayah jatibening bekasi dan konsumen perusahaan tersebut juga rata-rata orang diwilayah tersebut, kalaupun ada dari luar daerah, itu karena perusahaan nya sudah memiliki nama dan konsumen disekitar sudah menceritakan bagaimana rasa dan kualitas produk roti dari CV Waringin Sida Rasa pada kerabat keluarga lain mereka. CV Waringin Sida Rasa biasanya menjual produk dengan isi 1 kotak adalah Roti Coklat 1unit, Risoles 1unit dan Pastel 1 unit ditambah aqua gelas 1unit dengan harga Rp 8.500/kotak

Tabel IV.7. Penjualan Selama 5 tahun
Produk Roti dan Kue

Tahun	Kotak	Harga/kotak	Penjualan
2011	126000	Rp8.500,-	Rp1.071.000.000,-
2012	172800	Rp8.500,-	Rp1.468.800.000,-
2013	180000	Rp8.500,-	Rp1.530.000.000,-
2014	198000	Rp8.500,-	Rp1.683.000.000,-
2015	216000	Rp8.500,-	Rp1.836.000.000,-

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

4.4 Aspek Produksi

4.4.1 Jenis Produk yang diproduksi CV Waringin Sida Rasa

a. Pastel

Sebuah empanada atau dikenal dengan nama pastel adalah roti isi atau *pastry* panggang atau goreng. Namanya berasal dari kata kerja *empanar*, yang berarti bungkus atau mantel dalam roti. Empanada dibuat dengan melipat adonan patty atau roti disekitar isian. Isian dapat terdiri dari antara lain berbagai daging, keju,sayuran atau buah-buahan.

b. Risoles

Risoles (bahasa Belanda: *rissole*) adalah pastri berisi daging, biasanya daging cincang, dan sayuran yang dibungkus dadar, dan digoreng setelah dilapisi tepung panir dan kocokan telur ayam.Risoles berukuran kecil dapat dipakai sebagai hiasan untuk hidangan dari potongan besar daging unggas atau daging sapi.Isi risoles dapat berupa daging ayam, daging sapi, daging ikan, udang, jamur kancing, wortel, kentang, atau buncis. Adonan dadar dibuat dari campuran tepung terigu, kuning telur, mentega (margarin), dan air atau susu.

c. Roti Coklat

Roti adalah produk makanan yang terbentuk dari fermentasi terigu dengan menggunakan ragi (Saccharomyces cerevisiae) dan bahan pengembang lainnya yang kemudian dipanggang (Mudjajanto dan Yulianti, 2004). Roti ada juga yang tidak menggunakan ragi. Namun kemajuan teknologi manusia membuat roti diolah dengan berbagai bahan seperti garam, minyak, mentega, ataupun telur untuk menambahkan kadar protein di dalamnya sehingga didapat tekstur dan rasa tertentu.

Roti termasuk makanan pokok di banyak negara Barat. Roti adalah bahan dasar pizza dan lapisan luar roti lapis. Roti biasanya dijual dalam bentuk sudah diiris, dan dalam kondisi "fresh" yang dikemas rapi dalam plastik. Roti biasanya juga dijual dengan berbagai isi yang beragam seperti isi daging, keju, dan coklat.

4.4.2 Mesin dan Peralatan

Untuk memenuhi kebutuhan didalam memproduksi produknya CV Waringin Sida Rasa menyiapkan sarana dan prasarana yang memadai dengan kapasitas yang cukup dan standar yang baik. Dengan begitu perusahaan dapat menghasilkan produk yang baik. Berikut ini adalah daftar mesin dan peralatan yang digunakan oleh CV Waringin Sida Rasa dalam membuat Roti dan Kue.

Tabel IV.8. Data Mesin Dalam Proses Produksi

No.	Nama Mesin	Jumlah
1.	*Mixer* roti	2
2.	*Cooling showcase*	2
3.	Oven besar	1
4.	*Freezer*	1
5.	Kompor gas	6

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

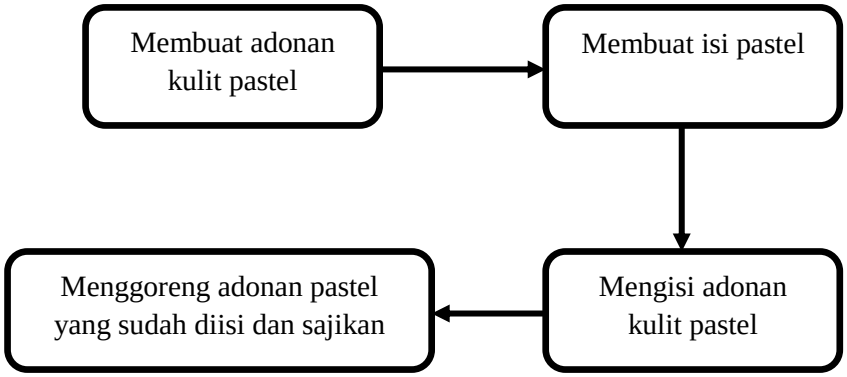
4.4.3 Proses Produksi

Proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, peralatan, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Proses produksi adalah kegiatan mengolah masukan (input, sumber daya produksi) dalam proses dengan menggunakan metode tertentu untuk menghasilkan keluaran (output, barang maupun jasa) yang sesuai dengan ketentuan. Maka proses produksi yang diterapkan oleh CV Waringin Sida Rasa adalah sebagai berikut:

A. Proses Produksi Kue Pastel

Berikut adalah proses produksi kue pastel CV Waringin Sida Rasa:

Gambar IV.4. Diagram Alur Produksi Kue Pastel



Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Berdasarkan gambar alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Membuat adonan kulit pastel

Campur semua bahan kulit, tuang air sedikit demi sedikit sambil mengaduk adonan hingga lembut, tidak lengket di tangan dan dapat dibentuk. Gilas adonan, cetak bulat diameter 8-10 cm dengan ketebalan

sekitar 2,5 mm di atas meja yang sudah di tabur sedikit tepung terigu, sisihkan.

2. Membuat isi pastel

Panaskan margarin, tumis bawang putih dan bawang merah hingga harum.Setelah itu, masukkan wortel, buncis, garam, lada dan gula, aduk lalu tuangkan susu, masak hingga matang. Masukkan irisan daun bawang dan seledri, aduk.Angkat dan dinginkan.

3. Mengisi adonan kulit pastel

Ambil selembar adonan kulit, beri adonan isi dan potongan telur rebus

4. Menggoreng adonan pastel yang sudah diisi dan sajikan

Olesi tepi adonan kulit dengan air lalu lipat menjadi setengah lingkaran.Tekan-tekan tepinya sebagai hiasan, goreng dengan minyak yang agak panas sampai kuning kecokelatan.Angkat dan tiriskan.Kue pastel yang gurih dan renyah siap untuk disajikan**.**

B. Proses Produksi Kue Risoles

Berikut adalah proses produksi kue risoles CV Waringin Sida Rasa:

Gambar IV.5. Diagram Alur Produksi Kue Risoles

Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Berdasarkan gambar alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. **Membuat isi risoles**

   Tumis bawang merah dan bawang putih hingga harum. Masukkan kocokkan telur sambil terus diaduk-aduk. Masukan wortel dan buncis. Beri garam, gula, penyedap rasa, bubuk pala.Koreksi rasa. Jika sudah pas, angkat dan sisihkan.

2. **Membuat kulit risoles**

   Campur semua bahan, masukan air sedikit demi sedikit, kocok hingga rata.Jika terlalu kental boleh ditambahkan air, sebaliknya jika adonan sudah agak encer air tak perlu dihabiskan. Panaskan teflon. Dadar satu persatu.

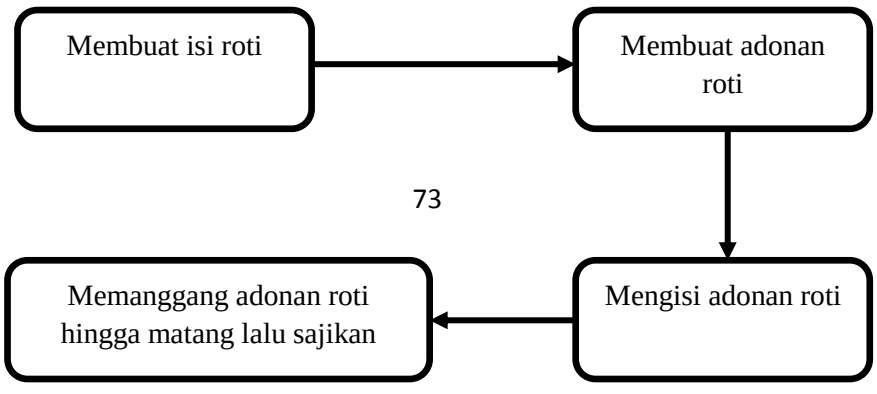
3. **Menggoreng risoles yang sudah diisi dan sajikan**

   Ambil satu persatu kulit lalu isi.Kocok telur, lalu gulingkan risol ke dalam kocokan telur lalu balur dengan tepung panir hingga rata.Goreng dan sajikan.

C. Proses Produksi Roti Coklat

Berikut adalah proses produksi roti coklat CV Waringin Sida Rasa:

Gambar IV.6. Diagram Alur Produksi Roti Coklat



Sumber: CV Waringin Sida Rasa

Berdasarkan gambar alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Membuat isi roti

Larutkan tepung maizena, gula pasir dan garam ke dalam susu tawar cair, aduk rata. Rebus sambil diaduk-aduk hingga mendidih, tambahkan cokelat blok, vanili, mentega dan cokelat bubuk. Masak hingga mengental dan matang.Angkat.

2. Membuat adonan roti

Campur tepung terigu, gula pasir, ragi instan, susu bubuk, *bread improver* dan garam. Aduk rata. Masukkan adonan ke dalam mangkuk *mixer*/mangkuk adonan, tuang air , kuning telur dan margarin/mentega sedikit demi sedikit sambil dikocok menggunakan *mixer* kecepatan sedang. Lakukan pengadukan selama 12 menit atau hingga adonan kalis.Pengocokan bisa dilakukan secara manual menggunakan tangan hingga adonan kalis dan elastis.Bulatkan adonan, diamkan selama 30 menit atau hingga adonan mengembang dua kali lipat. Kempeskan adonan dengan cara digiling atau dipukul-pukul dengan telapak tangan. Bagi adonan menjadi tiga bagian.Giling masing-masing bagian dengan ketebalan ½ cm.

3. Mengisi adonan roti

Tuang sebagian bahan isi ke atas adonan pertama, ratakan.Tumpuk dengan lembaran adonan kedua, olesi kembali dengan bahan isi dan tutup

atasnya dengan lembaran adonan terahir sehingga terbentuk tiga lapisan adonan.Potong-potong adonan bentuk segi empat. Olesi permukaannya dengan campuran susu tawar cair dan gula halus. Letakkan di atas loyang beroles margarin.

4. Memanggang adonan roti hingga matang lalu sajikan

Panggang di dalam oven bertemperatur 200˚ C selama 30 menit atau hingga roti matang dan berwarna kuning kecokelatan.Angkat, dinginkan.Atur Di dalam piring saji.Hidangkan.

4.5 Aspek Keuangan

Pada bidang keuangan akan membahas tentang biaya investasi dan modal kerja yang dibutuhkan serta sumber pendanaan untuk pembiayaan operasional CV Waringin Sida Rasa ini. Secara rinci akan diulas setiap bagian biaya-biaya yang dibutuhkan.

Dari analisis bidang keuangan akan tergambar kemampuan perusahaan menghasilkan uang, selama lima tahun terakhir. Kondisi keuangan perusahaan dapat dilihat pada laporan neraca, Rugi/Laba, arus kas, serta data lain pada pembahasan aspek keuangan berikut ini:

4.5.1 Kebutuhan Investasi Awal CV Waringin Sida Rasa

Kebutuhan investasi untuk pendirian pabrik ini sebesar Rp 450.005.000 dengan perincian sebagai berikut :

1. Tanah Rp 100.000.000
2. Bangunan:
   - Jenis bangunan: Gedung
   - Sifat bangunan: Permanen

- Nilai Rp 250.000.000

3. Mesin:
   - Mesin *mixer* roti (2) Rp 7.000.000
   - Mesin *freezer* (1) Rp 3.800.000
   - Mesin kompor gas (6) Rp 7.200.000
   - Mesin *Cooling Showcase* (2) Rp 18.000.000
   - Mesin Oven Besar (1) Rp 15.725.000 +

   Total nilai Rp 51.725.000

4. Peralatan:
   - Teflon (6) Rp 3.000.000
   - Timbangan (2) Rp 600.000
   - Loyang (12) Rp 1.140.000
   - Saringan Minyak (6) Rp 210.000
   - Gunting (5) Rp 150.000
   - Wajan (4) Rp 1.000.000
   - Pisau (6) Rp 300.000
   - Asah (2) Rp 60.000
   - Tabung Gas 3kg (6) Rp 720.000+

   Total nilai Rp 7.180.000

5. Inventarisasi kantor:
   - Meja kerja (2 set) Rp 3.000.000
   - Kipas angin (3) Rp 300.000
   - *Dispenser* (2) Rp 550.000
   - Mesin Kasir Rp 3.000.000

- Telepon Rp 150.000 +

Total nilai Rp 7.000.000

6. Alat tulis kantor Rp 2.100.000
7. Kendaraan:
   - Motor Rp 8.000.000
8. Biaya pra operasi:
   - Biaya perizinan Rp 4 .000.000
   - Biaya produksi percobaan Rp 20.000.000 +

   Total nilai Rp 24.000.000 +

Jumlah modal awal **Rp 450.005.000**

Modal awal yang dikeluarkan oleh Ibu Simendalam mendirikan CV Waringin Sida Rasa yaitu sebesar Rp 450.005.000 (*empat ratus lima puluh juta lima ribu rupiah*). Modal tersebut merupakan modal sendiri tanpa ada pinjaman dari bank maupun pihak ketiga. Penentuan/pemberian nilai pada masing-masing investasi merupakan nilai yang berlaku pada saat pendirian CV Waringin Sida Rasa (bukan nilai sekarang).

4.5.2 Biaya Penyusutan dan Amortisasi

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Nilai Sisa	Penyusutan/tahun	Tahun Pembelian
Tanah	Rp100.000.000				2002
Bangunan	Rp250.000.000	25 tahun	Rp 120.000.000	Rp10.000.000 (4%)	2002
Mesin	Rp51.725.000	20 tahun	Rp 18.103.750	Rp2.586.250 (5%)	2002
Peralatan		20 tahun	Rp 2.513.000	Rp 359.000 (5%)	2002

	Rp 7.180.000				
Kendaraan mobil Innova	Rp150.000.000	10 tahun	Rp 45.000.000	Rp15.000.000 (10%)	2008
Inventaris Kantor:	Rp 7.000.000	10 tahun	Rp 4.900.000	Rp 700.000 (10%)	2012
Amortisasi dokumen Perizinan	Rp 4.000.000	5 tahun	-	Rp 800.000 (20%)	2012
Total Penyusutan dan Amortisasi				**Rp29.445.250**	

Tabel IV.9. Biaya Penyusutan dan Amortisasi

4.5.3 Harga Pokok Penjualan

Rincian	**Tahun**				
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
A. Pemakaian Bahan Baku:					
1. Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 10.530.000	Rp 12.525.000	Rp 11.570.000	Rp 8.920.000	Rp 10.750.000
2. Pembelian Bahan Baku	Rp 441.714.000	Rp 605.778.000	Rp 631.020.000	Rp 694.122.000	Rp 757.224.000
3. Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	Rp 452.244.000	Rp 618.303.000	Rp 642.590.000	Rp 703.042.000	Rp 767.974.000
4. Persediaan Akhir Bahan Baku	Rp 12.525.000	Rp 11.570.000	Rp 8.920.000	Rp 10.750.000	Rp 14.940.000

Total Pemakaian Bahan Baku (A)	Rp 439.719.000	Rp 606.733.000	Rp 633.670.000	Rp 692.292.000	Rp 753.034.000
B. Biaya Upah Pekerja Langsung (B)	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000
C. Biaya Overhead Pabrik	Rp32.400.000	Rp34.200.000	Rp34.800.000	Rp36.000.000	Rp38.400.000
Harga Pokok Produksi (A+B+C)	Rp 592.119.000	Rp 760.933.000	Rp 788.470.000	Rp 848.292.000	Rp 911.434.000
1. Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 0	Rp 0	Rp 0	Rp 0	Rp 0
2. Barang Jadi Siap Dijual (D)	Rp 592.119.000	Rp 760.933.000	Rp 788.470.000	Rp 848.292.000	Rp 911.434.000
3. Persediaan Akhir Barang Jadi (E)	Rp 0	Rp 0	Rp 0	Rp 0	Rp 0
Harga Pokok Penjualan (D-E)	Rp 592.119.000	Rp 760.933.000	Rp 788.470.000	Rp 848.292.000	Rp 911.434.000

Tabel IV.10. Tabel Harga Pokok Penjualan

4.5.4 Laporan Keuangan

Tabel IV.11. Laporan Rugi/Laba CV Waringin Sida Rasa

LAPORAN RUGI/LABA

CV WARINGIN SIDA RASA

2011–2015

KETERANGAN	TAHUN				
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
A. HASIL PENJUALAN/PENDAPATAN	1,071,000,000	1,468,800,000	1,530,000,000	1,683,000,000	1,836,000,000
B. HARGA POKOK PENJUALAN:	592,119,000	760,933,000	788,470,000	848,292,000	911,434,000
C. LABA KOTOR (A-B)	478,881,000	707,867,000	741,530,000	834,708,000	924,566,000
D. BIAYA USAHA:					
Biaya gaji karyawan	120,000,000	120,000,000	120,000,000	120,000,000	120,000,000
Suplai kantor (ATK)	2,100,000	2,100,000	2,310,000	2,310,000	2,310,000
Biaya pemasaran	92,550,000	102,110,000	115,450,000	120,630,000	135,900,000
Biaya usaha sebelum penyusutan	214,650,000	224,210,000	237,760,000	242,940,000	258,210,000
Penyusutan&Amortisasi	29,445,250	29,445,250	29,445,250	29,445,250	29,445,250
Total Biaya Usaha	244,095,250	253,655,250	267,205,250	272,385,250	287,655,250
E. LABA USAHA (C-D)	234,785,750	454,211,750	474,324,750	562,322,750	636,910,750
F. BIAYA BUNGA PINJAMAN	-	-	-	-	-
G. LABA SEBELUM PAJAK (E-F)	234,785,750	454,211,750	474,324,750	562,322,750	636,910,750
H. PAJAK (10%)	23,478,575	45,421,175	47,432,475	56,232,275	63,691,075

I. LABA BERSIH (G-H)	211,307,175	408,790,575	426,892,275	506,090,475	573,219,675

Tabel IV.12. Laporan Perubahan Modal CV Waringin Sida Rasa

LAPORAN PERUBAHAN MODAL
CV WARINGIN SIDA RASA
2011–2015

KETERANGAN	TAHUN				
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
Modal awal	517,505,750	628,812,925	912,603,500	1,189,495,775	1,395,586,250
Penambahan:					
Laba setelah pajak	211,307,175	408,790,575	426,892,275	506,090,475	573,219,675
Modal setelah penambahan	728,812,925	1,037,603,500	1,339,495,775	1,695,586,250	1,968,805,925
Pengurangan:					
Prive	100,000,000	125,000,000	150,000,000	300,000,000	400,000,000
Modal akhir	628,812,925	912,603,500	1,189,495,775	1,395,586,250	1,568,805,925

Tabel IV.13. Laporan Neraca CV Waringin Sida Rasa

LAPORAN NERACA
CV WARINGIN SIDA RASA
2011–2015

No.	Keterangan	Tahun				
		2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
A.	AKTIVA					
1	Aktiva Lancar:					
	Kas	**Rp 409.726.275**	**Rp 951.905.375**	**Rp 1.681.559.575**	**Rp 2.512.483.675**	**Rp 3.323.525.175**
	Persed. Bahan Baku	Rp 12.525.000	Rp 11.570.000	Rp 8.920.000	Rp 10.750.000	Rp 14.940.000
	Persed. Barang Jadi	-	-	-	-	-
	Total Aktiva Lancar	**Rp 422.251.275**	**Rp 963.475.375**	**Rp 1.690.479.575**	**Rp 2.523.233.675**	**Rp 3.338.465.175**
	Aktiva Tetap:					
2	A.T Berwujud					
	Tanah	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000
	Bangunan	Rp 250.000.000	Rp 250.000.000	Rp 250.000.000	Rp 250.000.000	Rp 250.000.000
	Akum. Penyusutan	Rp 90.000.000	Rp 100.000.000	Rp 110.000.000	Rp 120.000.000	Rp 130.000.000
	Nilai Buku	**Rp 160.000.000**	**Rp 150.000.000**	**Rp 140.000.000**	**Rp 130.000.000**	**Rp 120.000.000**
	Mesin dan Peralatan	Rp58.905.000	Rp58.905.000	Rp58.905.000	Rp58.905.000	Rp58.905.000
	Akum. Penyusutan	Rp 26.507.250	Rp 29.452.500	Rp 32.387.750	Rp 35.343.000	Rp 38.288.250
	Nilai Buku	**Rp 32.397.750**	**Rp 29.452.500**	**Rp 26.517.250**	**Rp 23.562.000**	**Rp 20.616.750**
	Inventaris Kantor	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp7.000.000	Rp 7.000.000
	Akum.Penyusutan	Rp 6.300.000	Rp7.000.000	Rp 700.000	Rp 1.400.000	Rp 2.100.000
	Nilai Buku	**Rp 700.000**	**-**	**Rp 6.300.000**	**Rp 5.600.000**	**Rp 4.900.000**

	Kendaraan	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000
	Akumulasi Penyusutan	Rp 45.000.000	Rp 60.000.000	Rp 75.000.000	Rp 90.000.000	Rp 105.000.000
	Nilai Buku	**Rp 105.000.000**	**Rp 90.000.000**	**Rp 75.000.000**	**Rp 60.000.000**	**Rp 45.000.000**
	Total Aktiva Tetap	**Rp 298.097.750**	**Rp 269.452.500**	**Rp 247.817.250**	**Rp 219.162.000**	**Rp 190.516.750**
3	Aktiva Tak Berwujud					
	Dokumen Surat	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000
	Akum. Penyusutan	Rp 4000.000	Rp 800.000	Rp 1.600.000	Rp 2.400.000	Rp 3.200.000
	Harta Tetap Tak Berwujud	**-**	**Rp 3.200.000**	**Rp 2.400.000**	**Rp 1.600.000**	**Rp 800.000**
	TOTAL AKTIVA (1+2+3)	**Rp 720.349.025**	**Rp 1.236.127.875**	**Rp 1.940.696.825**	**Rp 2.743.995.675**	**Rp 3.529.781.925**
B.	PASSIVA					
1.	**Hutang Lancar**					
	Hutang dagang	-	-	-	-	-
	Hutang Bank jangka pendek	-	-	-	-	-
	Hutang lain-lain	-	-	-	-	-
2.	**Hutang Jangka Panjang**					
	Kredit modal kerja	-	-	-	-	-
	Kredit investasi	-	-	-	-	-
	Total Hutang (1+2)	-	-	-	-	-
3.	**Modal Sendiri**					
	Total Modal	**Rp 720.349.025**	**Rp 1.236.127.875**	**Rp 1.940.696.825**	**Rp 2.743.995.675**	**Rp 3.529.781.925**
	TOTAL PASSIVA (1+2+3)	**Rp 720.349.025**	**Rp 1.236.127.875**	**Rp 1.940.696.825**	**Rp 2.743.995.675**	**Rp 3.529.781.925**

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data

Berdasarkan data yang telah diuraikan di atas, penulis melihat adanya permasalahan pada produk roti dan kue pada CV Waringin Sida Rasa, secara khusus pada bidang pemasaran yaitu tentang lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Sebelum melakukan pembahasan atau analisis data, penulis telah menyiapkan dan menyebarkan kuesioner pada 56 responden yaitu konsumen yang belanja roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa. Berikut ini adalah data responden dan analisis datanya.

5.1.1 Deskripsi Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	21	37,5%
Perempuan	35	62,5%
Jumlah	56	100%

Sumber data responden diolah

b. Berdasarkan Tingkat Usia

Data responden berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.2

Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Keterangan	Jumlah	Persentase
16-25 tahun	12	21,4%
26-35 tahun	26	46,4%
36-45 tahun	18	32,2%
Jumlah	56	100%

Sumber data responden diolah

c. Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan

Data responden berdasarkan uang saku/pendapatan yang diperoleh dalam satu bulan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.3

Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan

Keterangan	Jumlah	Persentase
<Rp500.000	7	12,5%
Rp510.000-Rp2.000.000	18	32,1%
Rp2.100.000-Rp4.000.000	21	37,5%
>Rp4.000.000	10	17,9%
Jumlah	56	100%

Sumber data responden diolah

d. Berdasarkan Pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.4

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	12	21,4%
Pegawai Negeri	9	16,1%
Pegawai Swasta	21	37,5%
Wiraswasta	14	25%
Jumlah	56	100%

Sumber data responden diolah

berdasarkan hasil deskripsi responden diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata konsumen yang membeli produk roti dan kue pada CV Waringin Sida Rasa adalah sebagai berikut:

a. Berdasarkan jenis kelamin : Perempuan

b. Berdasarkan usia : 26-35 tahun

c. Berdasarkan uang saku : Rp2.100.000-Rp4.000.000

d. Berdasarkan pekerjaan : Pegawai Swasta

5.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan *microsoft excel* (lampiran) dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada kuesioner yang diajukan valid, sehingga seluruh data dapat diolah untuk perhitungan selanjutnya. Berikut adalah tabel hasil perhitungan uji validitas masing-masing variabel.

- Lokasi Usaha (X1)

Tabel V.5

Uji Validitas Lokasi Usaha (X1)

Pernyataan	R tabel	R hitung	Validitas
Butir 1	0,259	0,302979	Valid
Butir 2	0,259	0,315282	Valid

Butir 3	0,259	0,328057	Valid
Butir 4	0,259	0,477675	Valid
Butir 5	0,259	0,451662	Valid
Butir 6	0,259	0,478287	Valid

Sumber pengolahan data (lampiran)

- Kualitas Layanan (X2)

Tabel V.6

Uji Validitas Kualitas Layanan (X2)

Pernyataan	R tabel	R hitung	Validitas
Butir 1	0,259	0,46592	Valid
Butir 2	0,259	0,35188	Valid
Butir 3	0,259	0,37397	Valid
Butir 4	0,259	0,36838	Valid
Butir 5	0,259	0,32938	Valid
Butir 6	0,259	0,30208	Valid

Sumber pengolahan data (lampiran)

- Keputusan Pembelian (Y)

Tabel V.7

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	R tabel	R hitung	Validitas
Butir 1	0,259	0,385588	Valid
Butir 2	0,259	0,359462	Valid
Butir 3	0,259	0,341165	Valid
Butir 4	0,259	0,327181	Valid
Butir 5	0,259	0,407295	Valid
Butir 6	0,259	0,362549	Valid

Sumber pengolahan data (lampiran)

2. Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dinyatakan memiliki reliabilitas yang memadai jika nilai koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$. Untuk r_{tabel} pada kuesioner ini sebesar o,259. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan memiliki reliabilitas yang memadai. Berikut ini adalah analisis hasil perhitungan uji reliabilitas.

Perhitungan Reliabilitas seluruh butir variabel pernyataan dengan teknik belah dua (*split half*) dan di analisis dengan rumus *Spearman Brown.*(lampiran data diolah dari hasil perhitungan *Microsoft Excel*)

$$r_{hitung} = \frac{n\sum ij - (\sum i)(\sum j)}{\sqrt{(n\sum i^2 - (\sum i)^2)(n\sum j^2 - (\sum j)^2)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{56.52999 - (1766)(1661)}{\sqrt{((56.56930) - (3118756))(56.50463 - 2758921)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{2967944 - 2933326}{\sqrt{(3188080 - 3118756)(2825928 - 2758921)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{34618}{68155,6547}$$

$$r_{hitung} = 0,507$$

Dari koefisien korelasi yang sudah didapat dimasukkan kedalam rumus *Spearman Brown* sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2r}{1 + r}$$

$$r_i = \frac{2(0,507)}{1 + 0,507}$$

$$r_i = \frac{1,014}{1,507}$$

$$r_i = 0,67$$

Dari hasil diatas diperoleh nilai reliabilitas 0,67. Berdasarkan nilai tersebut karena sudahr_{hitung}=0,67 > r_{tabel}=0,259. Instrumen ini dapat dikatakan reliabel dan bisa digunakan dalam rangka pengumpulan data.

5.1.3 Analisis Korelasi

a. Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien berganda ini bertujuan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara Lokasi Usaha (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2)

terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$R_{X1X2} = \sqrt{\frac{r^2x_1y + r^2x_2y - 2\,(rx_1y)(rx_2y)(rx_1x_2)}{1 - r^2x_1x_2}}$$

b. Koefisien Penentuan dan Koefisien Determinasi

Suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi (naik turunnya) Y. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$KP = Rx_1x_2 \,.100\%$$

Sebelum mencari nilai koefisien penentuan, perlu juaga dicari nilai korelasi linear sederhana antara tiap variabel, hal ini untuk mengetahui hubungan antara tiap-tiap variabel yang ada secara satu persatu, misalnya korelasi X_1 terhadap Y, korelasi antara X_2 terhadap Y, korelasi antara X_1 dan X_2 terhadap Y.

Tabel V.8

Tabel Penolong Untuk Menghitung Korelasi Berganda

No Responden	X_1	X_2	**Y**	$X_1.X_2$	$X_1.Y$	$X_2.Y$	${X_1}^2$	${X_2}^2$	Y^2
1	20	15	21	300	420	315	400	225	441
2	19	22	22	418	418	484	361	484	484
3	17	20	21	340	357	420	289	400	441
4	28	18	20	504	560	360	784	324	400
5	26	17	21	442	546	357	676	289	441
6	27	20	24	540	648	480	729	400	576

7	23	19	27	437	621	513	529	361	729
8	26	21	26	546	676	546	676	441	676
9	19	17	21	323	399	357	361	289	441
10	21	18	19	378	399	342	441	324	361
11	18	19	18	342	324	342	324	361	324
12	15	20	17	300	255	340	225	400	289
13	15	24	21	360	315	504	225	576	441
14	23	19	24	437	552	456	529	361	576
15	24	21	21	504	504	441	576	441	441
16	27	26	26	702	702	676	729	676	676
17	24	26	23	624	552	598	576	676	529
18	24	14	21	336	504	294	576	196	441
19	21	13	23	273	483	299	441	169	529
20	24	13	20	312	480	260	576	169	400
21	13	23	23	299	299	529	169	529	529
22	22	17	24	374	528	408	484	289	576
23	18	18	16	324	288	288	324	324	256
24	22	16	17	352	374	272	484	256	289
25	24	15	22	360	528	330	576	225	484
26	27	14	20	378	540	280	729	196	400
27	13	19	19	247	247	361	169	361	361
28	22	16	18	352	396	288	484	256	324
29	16	16	19	256	304	304	256	256	361
30	16	23	20	368	320	460	256	529	400

31	26	21	20	546	520	420	676	441	400
32	20	24	22	480	440	528	400	576	484
33	15	22	25	330	375	550	225	484	625
34	23	16	20	368	460	320	529	256	400
35	25	23	24	575	600	552	625	529	576
36	27	16	29	432	783	464	729	256	841
37	22	16	28	352	616	448	484	256	784
38	23	22	25	506	575	550	529	484	625
39	26	13	17	338	442	221	676	169	289
40	21	19	27	399	567	513	441	361	729
41	26	17	23	442	598	391	676	289	529
42	24	13	14	312	336	182	576	169	196
43	15	22	21	330	315	462	225	484	441
44	20	11	21	220	420	231	400	121	441
45	26	23	29	598	754	667	676	529	841
46	16	10	16	160	256	160	256	100	256
47	15	18	25	270	375	450	225	324	625
48	17	22	23	374	391	506	289	484	529
49	17	18	28	306	476	504	289	324	784
50	14	19	27	266	378	513	196	361	729
51	18	22	24	396	432	528	324	484	576
52	25	23	24	575	600	552	625	529	576
53	18	25	28	450	504	700	324	625	784
54	14	24	22	336	308	528	196	576	484

55	12	14	15	168	180	210	144	196	225
56	10	12	23	120	230	276	100	144	529
Jumlah	**1149**	**1044**	**1234**	**21377**	**25470**	**23330**	**24789**	**20334**	**27914**

Sumber Hasil Kuesioner Diolah

`

1. Analisis korelasi X_1 terhadap Y

$$rx_1y = \frac{n.\sum x_1 Y - \sum x_1.\sum Y}{\sqrt{[n.\sum {x_1}^2 - (\sum x_1)^2][n.\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$rx_1y = \frac{56(25470) - 1149.1234}{\sqrt{[56.24789 - (1149)^2][56.27914 - (1234)^2]}}$$

$$rx_1y = \frac{8454}{\sqrt{(67983)(40428)}}$$

$$rx_1y = \frac{8454}{\sqrt{2748416724}}$$

$$rx_1y = \frac{8454}{52425{,}34}$$

$$\boldsymbol{rx_1y = 0,161}$$

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara lokasi usaha dengan Keputusan Pembelian maka perlu dilakukan uji statistik dengan rumus berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{0{,}161\sqrt{(56-2)}}{1-(0{,}161)^2} = \frac{1{,}183}{0{,}974} = \mathbf{1,21}$$

$t_{tabel} = \mathbf{1,673}$ (lampiran Tabel Uji t)

Karena t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dengan ketentuan tingkat $\alpha = 0{,}05$ (5%) maka, hasilnya yaitu **1,21** < **1,673** artinya ada korelasi yang sangat lemah antara lokasi usaha (X_1) dengan keputusan pembelian (Y).

2. Analisis korelasi X_2 terhadap Y

$$rx_2y = \frac{n.\sum x_2\,Y - \sum x_2.\sum Y}{\sqrt{[n.\sum {x_2}^2 - (\sum x_2)^2][n.\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$rx_2y = \frac{56(23330) - 1044.1234}{\sqrt{[56.20334 - (1044)^2][56.27914 - (1234)^2]}}$$

$$rx_2y = \frac{18184}{\sqrt{(48768)(40428)}}$$

$$rx_2y = \frac{18184}{\sqrt{1971592704}}$$

$$rx_2y = \frac{18184}{44402{,}62}$$

$$\boldsymbol{rx_2y = 0{,}409}$$

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara Kualitas layanan dengan Keputusan Pembelian maka perlu dilakukan uji statistik dengan rumus berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{0{,}409\sqrt{(56-2)}}{1-(0{,}409)^2} = \frac{3{,}005}{0{,}832} = \boldsymbol{3{,}61}$$

$t_{tabel} = \boldsymbol{1{,}673}$ (lampiran Tabel Uji t)

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan ketentuan tingkat $\alpha = 0{,}05$ (5%) maka, hasilnya yaitu **3,61** > **1,673** artinya

ada korelasi yang cukup antara kualitas layanan (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi korelasi ganda X_1 dan X_2 terhadap Y dapat dilihat melalui Uji F sebagai berikut:

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

$$F_{hitung} = \frac{0{,}2563\ (56-2-1)}{2\ (1-0{,}2563)}$$

$$F_{hitung} = \frac{0{,}2563\ (53)}{2\ (0{,}7437)}$$

$$F_{hitung} = \frac{13{,}5839}{1{,}4874}$$

$$F_{hitung} = \mathbf{9,14}$$

a. Kaidah Pengujian signifikansi :

H_o diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Artinya Xi tidak memiliki korelasi signifikan terhadap Y

H_o ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

Artinya Xi memiliki korelasi yang signifikan terhadap Y

b. Mencari nilai F_{tabel} menggunakan tabel F dengan rumus:

$F_{tabel} = F_{(\alpha)(dka,dkb)}$

Taraf signifikan $\alpha = 0{,}05$

dka = jumlah variabel bebas (pembilang)

dkb = n – m – 1 (penyebut)

$F_{tabel} = F_{(0{,}05)(dka=2,dkb=56-2-1)}$

$F_{tabel} = \mathbf{3,17}$

Karena $F_{hitung} = \mathbf{9,14} > F_{tabel} = \mathbf{3,17}$ maka H_o ditolak, artinya variabel Lokasi Usaha (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) secara simultan (bersama-sama) memiliki korelasi positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

5.1.4 Analisis Regresi Sederhana

a. Membuat Tabel Penolong

Tabel V.9

Tabel Penolong Untuk Menghitung Analisis Regresi Sederhana

No Responden	X_1	X_2	Y	$X_1.X_2$	$X_1.Y$	$X_2.Y$	X_1^2	X_2^2	Y^2
1	20	15	21	300	420	315	400	225	441
2	19	22	22	418	418	484	361	484	484
3	17	20	21	340	357	420	289	400	441
4	28	18	20	504	560	360	784	324	400
5	26	17	21	442	546	357	676	289	441
6	27	20	24	540	648	480	729	400	576
7	23	19	27	437	621	513	529	361	729
8	26	21	26	546	676	546	676	441	676
9	19	17	21	323	399	357	361	289	441
10	21	18	19	378	399	342	441	324	361

11	18	19	18	342	324	342	324	361	324
12	15	20	17	300	255	340	225	400	289
13	15	24	21	360	315	504	225	576	441
14	23	19	24	437	552	456	529	361	576
15	24	21	21	504	504	441	576	441	441
16	27	26	26	702	702	676	729	676	676
17	24	26	23	624	552	598	576	676	529
18	24	14	21	336	504	294	576	196	441
19	21	13	23	273	483	299	441	169	529
20	24	13	20	312	480	260	576	169	400
21	13	23	23	299	299	529	169	529	529
22	22	17	24	374	528	408	484	289	576
23	18	18	16	324	288	288	324	324	256
24	22	16	17	352	374	272	484	256	289
25	24	15	22	360	528	330	576	225	484
26	27	14	20	378	540	280	729	196	400
27	13	19	19	247	247	361	169	361	361
28	22	16	18	352	396	288	484	256	324
29	16	16	19	256	304	304	256	256	361
30	16	23	20	368	320	460	256	529	400
31	26	21	20	546	520	420	676	441	400
32	20	24	22	480	440	528	400	576	484
33	15	22	25	330	375	550	225	484	625
34	23	16	20	368	460	320	529	256	400

35	25	23	24	575	600	552	625	529	576
36	27	16	29	432	783	464	729	256	841
37	22	16	28	352	616	448	484	256	784
38	23	22	25	506	575	550	529	484	625
39	26	13	17	338	442	221	676	169	289
40	21	19	27	399	567	513	441	361	729
41	26	17	23	442	598	391	676	289	529
42	24	13	14	312	336	182	576	169	196
43	15	22	21	330	315	462	225	484	441
44	20	11	21	220	420	231	400	121	441
45	26	23	29	598	754	667	676	529	841
46	16	10	16	160	256	160	256	100	256
47	15	18	25	270	375	450	225	324	625
48	17	22	23	374	391	506	289	484	529
49	17	18	28	306	476	504	289	324	784
50	14	19	27	266	378	513	196	361	729
51	18	22	24	396	432	528	324	484	576
52	25	23	24	575	600	552	625	529	576
53	18	25	28	450	504	700	324	625	784
54	14	24	22	336	308	528	196	576	484
55	12	14	15	168	180	210	144	196	225
56	10	12	23	120	230	276	100	144	529
Jumlah	**1149**	**1044**	**1234**	**21377**	**25470**	**23330**	**24789**	**20334**	**27914**

Sumber Hasil Kuesioner Diolah

b. Menghitung nilai konstanta a_1 dan b_1, a_2 dan b_2

1. Lokasi Usaha (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Menghitung Nilai Konstanta b_1

$$b_1 = \frac{n.(\sum X_1 y) - (\sum X_1)(\sum y)}{n.(\sum {X_1}^2) - (\sum X_1)^2}$$

$$b_1 = \frac{56.(25470) - (1149)(1234)}{56.(24789) - (1149)^2}$$

$$b_1 = \frac{1426320 - 1417866}{1388184 - 1320201}$$

$$b_1 = \frac{8454}{67983}$$

$$b_1 = 0{,}124$$

Menghitung Nilai Konstanta a_1

$$a_1 = \frac{(\sum y) - b_1(\sum x_1)}{n}$$

$$a_1 = \frac{1234 - 0{,}124(1149)}{56}$$

$$a_1 = \frac{1234 - 142{,}476}{56}$$

$$a_1 = \frac{1091{,}524}{56}$$

$$a_1 = 19{,}491 = 19{,}5$$

2. Lokasi Usaha (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Menghitung Nilai Konstanta b_2

$$b_2 = \frac{n.(\sum X_2 y) - (\sum X_2)(\sum y)}{n.(\sum {X_2}^2) - (\sum X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{56.(23330) - (1044)(1234)}{56.(20334) - (1044)^2}$$

$$b_2 = \frac{1306480 - 1288296}{1138704 - 1089936}$$

$$b_2 = \frac{18184}{48768}$$

$$b_2 = 0{,}372$$

Menghitung Nilai Konstanta a_2

$$a_2 = \frac{(\sum y) - b_2(\sum x_2)}{n}$$

$$a_2 = \frac{1234 - 0{,}372(1044)}{56}$$

$$a_2 = \frac{1234 - 388{,}368}{56}$$

$$a_2 = \frac{845{,}632}{56}$$

$$a_2 = 15{,}100 = 15{,}1$$

c. *Membuat Persamaan Regresi Linier Sederhana*

1. $Y = a_1 + b_1 X_1$

$\hat{Y}$ = 19,5 + 0,124 X_1

2. $Y = a_2 + b_2 X_2$

$\hat{Y}$ = 15,1 + 0,372 X_2

d. *Menghitung Nilai Korelasi (r)*

1.Hubungan Lokasi Usaha (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) didapatkan hasil $r_{X1.Y}$ = 0,161

2. Hubungan Kualitas Layanan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) didapatkan hasil $r_{X2.Y}$ = 0,409

e. *Menghitung Koefisien Determinasi/Koefisien Penentuan*

1.Menghitung nilai kontribusi Lokasi Usaha (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

KP = $(r_{X1.Y})^2$ x 100%

KP = $(0{,}161)^2$ x 100%

KP = 0,025921 x 100%

KP = **2,5921 %**

Jadi, Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Lokasi Usaha sebesar 2,5921%

2.Menghitung nilai kontribusi Kualitas Layanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

KP = $(r_{X2.Y})^2$ x 100%

KP = $(0{,}409)^2$ x 100%

KP = 0,167281 x 100%

KP = **16,7281 %**

Jadi, Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Layanan sebesar 16,7281%

Pengujian Signifikansi secara parsial

Menerapkan metode skor deviasi

10) $\sum x_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$ = 1213,98

11) $\sum x_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$ = 870,85

12) $\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$ = 721,92

13) $\sum x_1 y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$ = 150,96

14) $\sum x_2 y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$ = 324,71

15) $\sum x_1 x_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$ = -43,64

16) $\bar{X}_1 = \frac{\sum X_1}{n}$ = 20,51

17) $\bar{X}_2 = \frac{\sum X_2}{n}$ = 18,64

18) $\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}$ = 22,03

Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Lokasi Usaha (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y); antara Kualitas Layanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

a. Membuat hipotesis dalam bentuk uraian kalimat

1. Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi Usaha (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

   Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi Usaha (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

   Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

1. Ho : $\alpha_1 = 0$

   Ha : $\alpha_1 \neq 0$

2. Ho : $\alpha_2 = 0$

Ha : $\alpha_2 \neq 0$

c. *Menentukan taraf signifikan standar error (α)*

Dalam kasus ini nilai α = 5%

d. *Kaidah pengujian*

Jika, - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka terima Ho
Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak Ho

e. *Menghitung t_{hitung} dan t_{tabel}*

*Tahapan menentukan t_{hitung}

Menghitung t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{bi}{S_{bi}}$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi

S_{bi} = standar error

Sebelum menghitung t_{hitung} terlebih dahulu mencari nilai S_{bi} (standar error). Adapun nilai S_{bi} (standar error) dapat dicari dengan tahapan sebagai berikut :

3) *Menghitung nilai standar error*

- Standar error S_{b1}

$$S_{b1}{}^2 = \frac{S_{X1.X2}}{\sum x_1{}^2 . \ (1 - r_{x_1 x_2})}$$

- Standar error S_{b2}
- $S_{b2}{}^2 = \frac{S_{X1.X2}}{\sum x_2{}^2 . \ (1 - r_{x_1 x_2})}$

4) Menghitung nilai standar deviasi regresi berganda ($S_{X1.X2}$)

- Menentukan nilai varian

$$S^2_{Xi.X2} = \frac{\sum y^2 - [b_1(\sum x_1 y) + b_2(x_2 y)]}{n - m - 1}$$

$$S^2_{Xi.X2} = \frac{721{,}92 - [0{,}124(150{,}96) + 0{,}372(324{,}71)]}{56 - 2 - 1}$$

$$S^2_{Xi.X2} = \frac{721{,}92 - 18{,}71 + 120{,}79}{53}$$

$$S^2_{Xi.X2} = \frac{582{,}41}{53}$$

$$S^2_{Xi.X2} = 10{,}98$$

- Menentukan nilai deviasi standar

$$S_{X1.X2} = \sqrt{S^2_{X1.X2}}$$

$$S_{X1.X2} = \sqrt{10{,}98}$$

$$S_{X1.X2} = 3{,}31$$

maka, a. Standar error S_{b1} adalah:

$$S_{b1}{}^2 = \frac{S_{X1.X2}}{\sum x_1{}^2 .\ (1 - r_{x_1 x_2})}$$

$$S_{b1}{}^2 = \frac{3{,}31}{1213{,}98\ .\ (1 - (-0{,}04)^2)}$$

$$S_{b1}{}^2 = \frac{3,31}{1213,98\ .0,9984}$$
$$S_{b1}{}^2 = \frac{3,31}{1212,03763}$$
$$S_{b1}{}^2 = 0,02$$
$$S_{b1} = \sqrt{0,02} = 0,05$$

b. Standar error S_{b2} adalah:

$$S_{b2}{}^2 = \frac{S_{X1.X2}}{\sum x_2{}^2 .\ (1 - r_{x_1 x_2})}$$

$$S_{b2}{}^2 = \frac{3,31}{870,85\ .(1 - (-0,04)^2)}$$

$$S_{b2}{}^2 = \frac{3,31}{870,85\ .0,9984}$$
$$S_{b2}{}^2 = \frac{3,31}{869,45664}$$
$$S_{b2}{}^2 = 0,03$$
$$S_{b2} = \sqrt{0,03} = 0,06$$

$$t_{1hitung} = \frac{b_1}{Sb_1} = \frac{0,124}{0,05} = 2,48$$

$$t_{2hitung} = \frac{b_2}{Sb_2} = \frac{0,372}{0,06} = 6,20$$

**Menentukan nilai t_{tabel}*

$t_{tabel} = \mathbf{1,673}$ (lampiran Tabel Uji t)

f. Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}

Tujuan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

Ternyata: 1. -1,673<1,673 < 2,48 sehingga **Tolak Ho.**

2. -1,673 < 1,673 < 6,20 sehingga **Tolak Ho.**

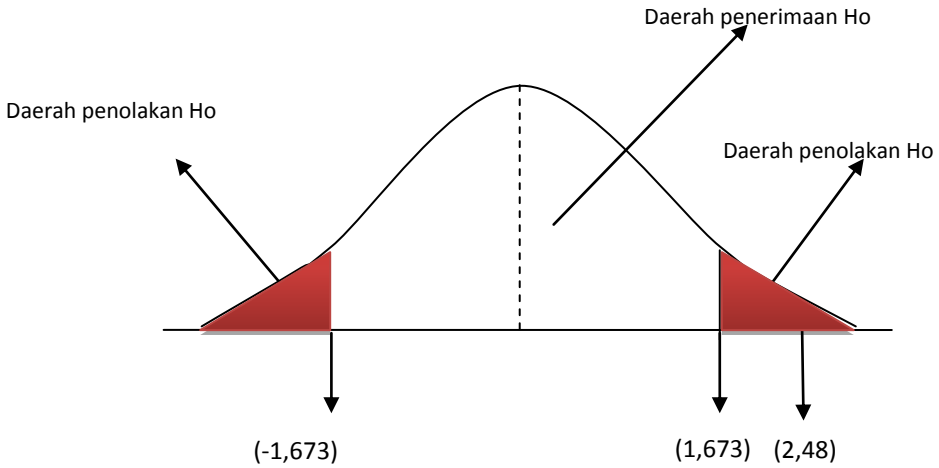
g. *Mengambil keputusan*

1) Karena $t_{1hitung}$ lebih besar dari t_{tabel} maka **Tolak Ho.** Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian.

2) Karena $t_{2hitung}$ lebih besar dari t_{tabel} maka **Tolak Ho**. Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.

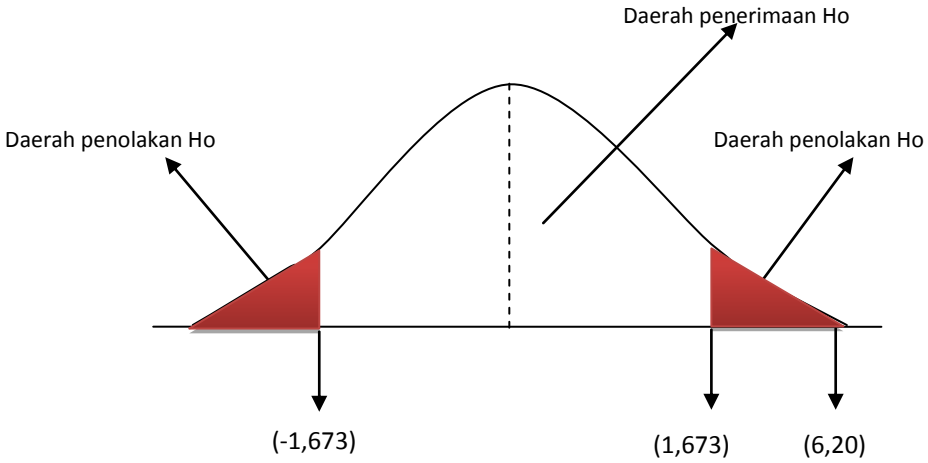
Gambar V.1

Diagram Uji t Lokasi Usaha (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)



Gambar V.2

Diagram Uji t Kualitas Layanan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)



5.1.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (*independent*) yaitu (X_1) dan (X_2) terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu (Y). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah Lokasi Usaha (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2), sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y). Untuk mengetahui pengaruh Lokasi Usaha (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), yaitu memakai rumus regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$ = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

$b_1$dan b_2 = Koefisien Regresi masing-masing Variabel

X_1 = Lokasi Usaha

X_2 = Kualitas Layanan

a. Menghitung Persamaan Regresi Linear Berganda

persamaan regresi linear berganda yaitu: $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$

mencari nilai a, $b_1$dan b_2 dengan persamaan berikut:

$\sum Y = a.n + b_1.\sum X_1 + b_2.\sum X_2$

1234 = 56a + 1149b_1 + 1044b_2 (Persamaan 1)

$\sum X_1Y = a.\sum X_1 + b_1.\sum {X_1}^2 + b_2.\sum X_1X_2$

25470 = 1149a + 24789b_1+ 21377b_2 (Persamaan 2)

$\sum X_2Y = a.\sum X_2 + b_1.\sum X_1X_2 + b_2.\sum {X_2}^2$

23330 = 1044a + 21377b_1 + 20334b_2 (Persamaan 3)

- Persamaan 1 dan 2

  Persamaan 1 dikalikan 1149 dan persamaan 2 dikalikan 56

  1417866 = ~~64344a~~ + 1320201b_1 + 1199556b_2

  1426320 = ~~64344a~~ + 1388184b_1 + 1197112b_2 -

  -8454 = -67983b_1+ 2444b_2 (Persamaan 4)
- Persamaan 1 dan 3

Persamaan 1 dikalikan 1044 dan persamaan 3 dikalikan 56

1288296 = ~~58464a~~ +1199556b_1 + 1089936b_2

1306480 = ~~58464a~~ +1197112b_1 + 1138704b_2 -

-18184 = 2444b_1 - 48768b_2 (persamaan 5)

- Persamaan 4 dan 5

Persamaan 4 dikalikan 2444 dan persamaan 5 dikalikan -67983

-20661576 = ~~-166150452b_1~~ + 5973136b_2

1236202872 = ~~-166150452b_1~~ + 3315394944b_2 +

1215541296 = 3321368080b_2

b_2 = 0,37

b_2 dimasukkan pada persamaan 4, untuk mengetahui b_1:

-8454 = -67983b_1 + 2444b_2

-8454 = -67983b_1 + 2444(0,37)

-8454 = -67983b_1 + 904,28

67983b_1 = 8454+ 904,28

b_1 = 9358,28 : 67983

b_1 = 0,14

Untuk mengetahui nilai a, masukkan $b_1$dan b_2 pada persamaan 1:

1234 = 56a + 1149b_1 + 1044b_2

1234 = 56a + 1149(0,14) + 1044(0,37)

1234 = 56a + 160,86 + 386,28

1234 = 56a + 547,14

56a = 1234 - 547,14

a = 686,86 : 56

a = 12,3

jadi, persamaan regresi linear berganda yang didapat adalah:

$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$\hat{Y} = 12{,}3 + 0{,}14X_1 + 0{,}37X_2$

Model persamaan regresi linear berganda diatas dapat ditafsir sebagai berikut:

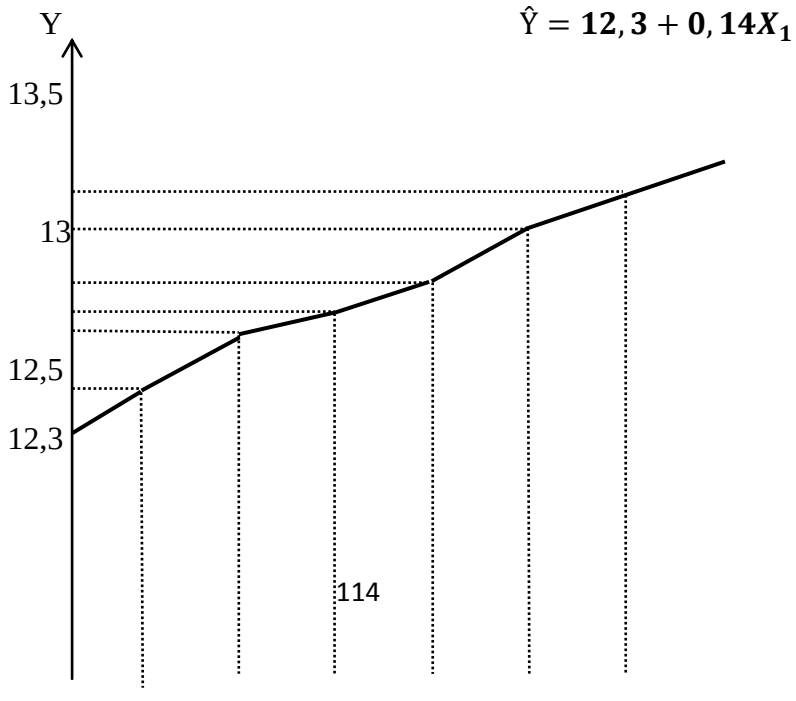
1. konstanta memiliki nilai sebesar 12,3 memiliki arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Y).

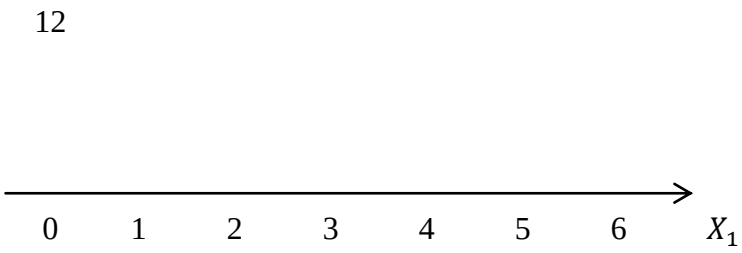
2. koefisien regresi variabel lokasi usaha (X_1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,14 memiliki arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Y)

3. koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_2) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,37 memiliki arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Y).

Gambar V.3

Grafik Pengaruh Lokasi Usaha (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

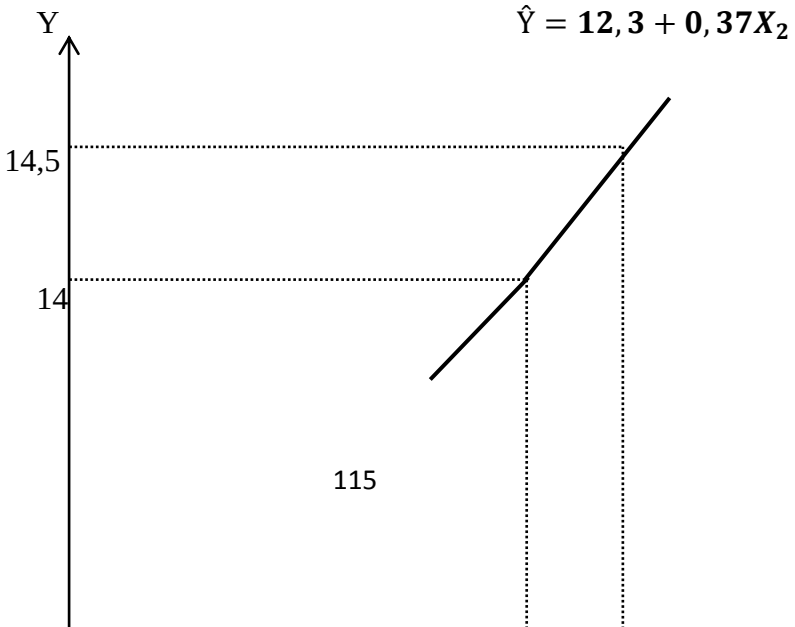


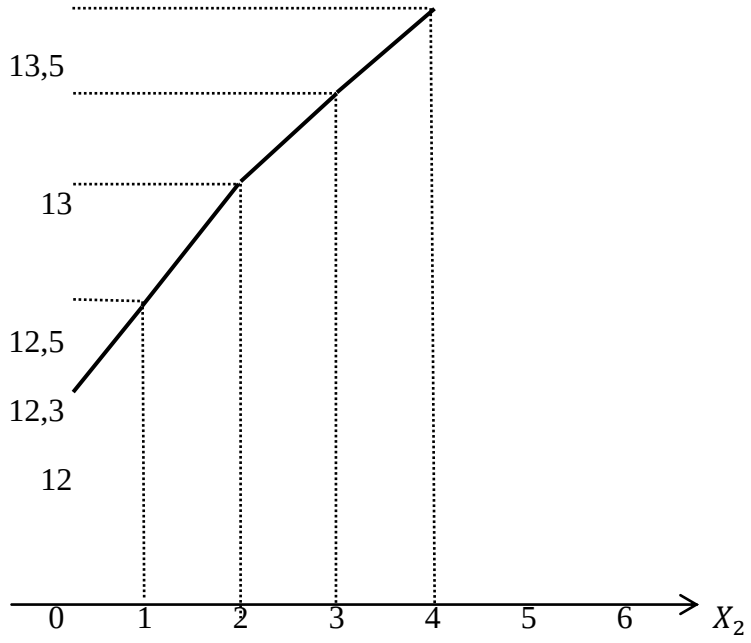


Melalui grafik V.3 dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh nilai yang positif terhadap keputusan pembelian. Untuk peningkatan keputusan pembelian konsumen, terutama pada Indikator Empiris lokasi usaha yaitu akses,visibilitas dan tempat parkir pemilik usaha CV Waringin Sida Rasa harus lebih memperhatikan lebih baik lagi.

Gambar V.4

Grafik Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)





Melalui grafik V.4 dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan sangat memiliki pengaruh nilai yang positif terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini pemilik usaha sebaiknya terus meningkatkan kualitas layanan di CV Waringin Sida Rasa.

b. Uji Signifikansi Persamaan Garis Regresi

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

$$= 25470 - \frac{(1149)(1234)}{56}$$

$$= 150{,}964$$

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

$= 23330 - \frac{(1044)(1234)}{56}$

$= 324{,}714$

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

$= 27914 - \frac{(1234)^2}{56}$

$= 721{,}928$

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah secara simultan (bersama-sama) antara Lokasi Usaha (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Langkah-langkahnya sebagai berikut :

Berikut adalah langkah-langkah pengujiannya:

a. *Membuat hipotesis dalam bentuk uraian kalimat*

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

b. *Membuat hipotesis dalam bentuk statistik*

Ho : $\beta = 0$

Ha : $\beta \neq 0$

c. *Menentukan taraf signifikan α*

Dalam kasus ini nilai α = 5%

d. *Kaidah pengujian*

Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka terima Ho

Jika, $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tolak Ho

e. *Menghitung F_{hitung} dan F_{tabel}*

1)Menentukan nilai F_{hitung}

$$R_{hitung} = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 . \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

$$= \sqrt{\frac{(0{,}14)(150{,}964) + (0{,}37)(324{,}714)}{721{,}928}}$$

$$= \sqrt{\frac{21{,}13496 + 120{,}14418}{721{,}928}}$$

$$= \sqrt{\frac{141{,}27914}{721{,}928}}$$

$$= \sqrt{0{,}19569699}$$

$$= 0{,}442$$

$$F_{hitung} = \frac{(R_{X1,X2,Y})^2(\mathrm{n} - \mathrm{m} - 1)}{\mathrm{m}(1 - R^2_{X1,X2,Y})}$$

$$= \frac{(0{,}442)^2(56 - 2 - 1)}{2(1 - 0{,}195364)}$$

$$= \frac{(0{,}195364)(53)}{(2)(0{,}804636)}$$

$$= \frac{10{,}354292}{1{,}609272}$$

$$= 6{,}43$$

2)Menentukan nilai F_{tabel}

Nilai F_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel F dengan cara :

F_{tabel} = $F_{(\alpha)(\text{dk pembilang = m , dk penyebut = n – m – 1})}$

Dimana: m = 2, n = 56, α = 0,05

dk = 56 - 2 – 1 = 53

F_{tabel} = $F_{(0,05)(2,53)}$ = **3,17**

f. *Membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}*

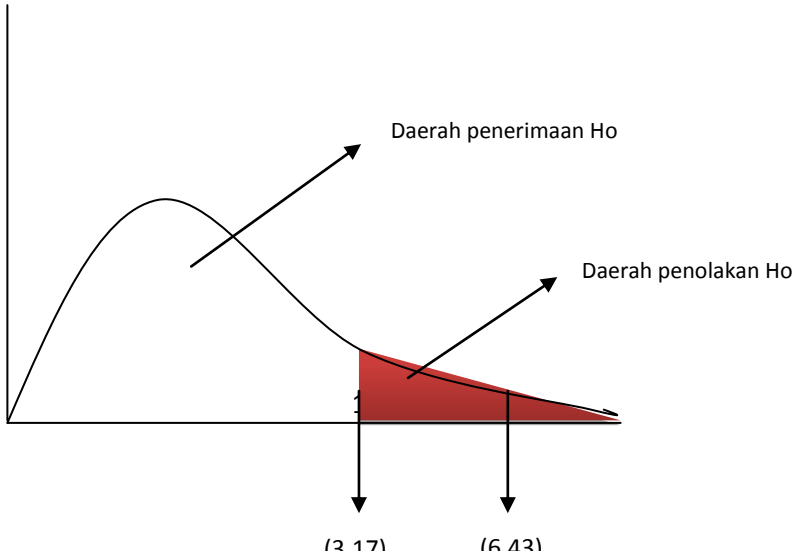
Tujuan membandingkan F_{tabel} *dan* F_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian. Ternyata: F_{hitung} = 6,43 > F_{tabel} = 3,17 maka tolak Ho.

g. Mengambil keputusan

Keputusannya adalah menyatakan Ho ditolak dan terima Ha, maka hipotesisnya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Gambar V.5

Diagram Uji F Lokasi Usaha (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)



BAB VI

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis hasil pembahasan data yang telah dilakukan padad penenlitian ini maka diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut :

6.1 Kesimpulan

Dari Aspek pemasaran terdapat tiga kesimpulan :

1. Lokasi Usaha ($\boldsymbol{X_1}$) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), karena H_o ditolak terbukti dari $t_{1hitung} = 2{,}48 > t_{1tabel} = 1{,}673$

2. Kualitas Layanan ($\boldsymbol{X_2}$) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), karena H_o ditolak terbukti dari $t_{2hitung} = 6{,}20 > t_{2tabel} = 1{,}673$.

3. Lokasi Usaha ($\boldsymbol{X_1}$) dan Kualitas Layanan ($\boldsymbol{X_2}$) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), karena H_o ditolak terbukti dari $F_{hitung} = 6{,}43 > F_{tabel} = 3{,}17$

6.2 Saran

Dilihat dari pembahasan dan kesimpulan yang ada, maka penulis mencoba memberikan saran kepada perusahaan, semoga bisa menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan. Saran – saran dari penulis sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan Uji F variabel bebas lokasi usaha dan kualitas layanan menunjukkan ada pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu perusahaan dapat menggunakan analisis regresi berganda yang telah diperoleh diatas untuk mengkombinasikan variabel-variabel lain yang cocok untuk

melihat peningkatan proses keputusan pembelian konsumen di CV Waringin Sida Rasa dimasa yang akan datang, dengan catatan dua variabel bebas ini digunakan secara simultan (bersama-sama) tidak terpisah atau bisa ditambahkan variabel bebas lain.

2. Berdasarkan perhitungan Uji t diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. untuk ditahun selanjutnya perusahaan disarankan lebih meningkatkan kualitas layanan di perusahaannya, bisa melalui kreasi-kreasi baru dan inovasi cara pelayanan yang baik dalam melayani konsumen, karena hal ini terlihat dari kenyataaan konsumen di CV Waringin Sida Rasa sangat memperhatikan kualitas layanan.
3. Berdasarkan perhitungan Uji t pada lokasi usaha menunjukkan bahwa secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. perusahaan sebaiknya disarankan untuk memperhatikan lebih lanjut tentang lokasi usaha perusahan yang dilihat melalui akses, visibilitas dan tempat parkir harus lebih diperhatikan kenyamanan dan ditingkatkan keamanannya, sehingga konsumen merasa aman dan tenang ketika melakukan belanja roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa untuk tahun-tahun selanjutnya.

Daftar Pustaka

Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing In Business.* Jakarta: Mitra Wacana Media

Prof. DR. Sudjana. 2002. *Metoda Statistika*. Bandung : PT. Tarsito

Prof. Dr. Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Kotler, Philip., Gary Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran.* Jakarta : Prenhallindo

Kotler, Philip. 1985. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Dan Pengendalian*. Jakarta Pusat : Erlangga

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen pemasaran Modern.* Yogyakarta : Liberty

Prof. Dr. Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung : Alfabeta

Prof. Dr. Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung : Alfabeta

Siregar, Sofyan. 2013. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: BumiAksara

Siregar, Sofyan. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: BumiAksara

Wijaya, Tony. 2012. *Cepat Menguasai SPSS 20 Untuk Olah Dan Interpretasi Data.* Yogyakarta : Cahaya Atma Pustaka

LAMPIRAN 1

KUESIONER

“PENGARUH LOKASI USAHA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV WARINGIN SIDA RASA”

Bapak/ibu, saudara/i yang saya hormati,

Saya Rocky Veller Manik mahasiswa Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI Jurusan Mananjemen Bisnis Industri, sedang melakukan penelitian tentang pengaruh lokasi usaha dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV Waringin Sida Rasa dalam rangka penyusunan Tugas Akhir (TA).

Saya mengharapkan bantuan bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yanga da. Kejujuran jawaban akan memberikan manfaat yang sangat berartibagi penelitian ini, dan semoga hasilnya juga dapat berguna untuk memberikan bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak perusahaan CV Waringin Sida Rasa. Jaawaban-jawaban yang saudara berikan tidak akan mempengaruhi penilaian perusahaan terhadap diri anda.

Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :.....tahun

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan saat ini : a. Pelajar/Mahasiswa

: b. Pegawai Swasta

: c. Pegawai Negeri

: d. Wiraswasta

: e. Lainnya (.....)

Pendapatan/uang saku per bulan: a. <Rp 500.000

b. Rp 510.000 - Rp 1.500.000

c. Rp 1.510.000 - Rp 2.500.000

d. Rp 2.510.000 - Rp 4.000.000

e. >Rp 4.000.000

Petunjuk Pengisian Kuesioner.

Berilah tanda silang **(X)** pada jawaban yang anda rasa paling tepat.

Keterangan:

Penilaian		Point
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
TS	Tidak Setuju	3

KS	Kurang Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

KUESIONER

LOKASI USAHA (X1)

AKSES

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya suka membeli roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa karena akses selalu baik dan lancar, sehingga ketika berbelanja roti dan kue tidak capek akibat macet.					
2	Saya merasa puas dengan akses sekitar jalan menuju CV Waringin Sida Rasa untuk membeli roti dan kue					

VISIBILITAS

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Lokasi Usaha CV Waringin Sida					

3	Rasa sangat *visible* terjangkau areanya karena bisa ditempuh dengan jalan kaki, naik motor atau mobil					
4	Area lokasi usaha CV Waringin Sida Rasa yang telihat dari pinggir jalan dan terjangkau baik ketika jalan kaki, naik motor ataupun mobil mempengaruhi saya untuk mencari tahu dan membeli produk yang dijual					

TEMPAT PARKIR

		Jawaban				
NO	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
5	Tempat parkir di CV Waringin Sida Rasa selalu aman, sehingga saya tertarik untuk belanja di CV Waringin Sida Rasa					
6	Saya merasa puas dan nyaman untuk penggunaan tempat parkir di CV Waringin Sida Rasa karena tertata rapi					

KUALITAS LAYANAN (X2)

PELAYANAN CEPAT

		Jawaban				
NO	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1	Saya tidak perlu menunggu lama ketika melakukan pembelian roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa					
2	Saya terdorong untuk belanja kembali roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa karena pelayanannya yang cepat					

PELAYANAN PEGAWAI RAMAH

		Jawaban				
NO	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
3	Saya merasa puas dan senang saat belanja roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa karena pelayanannya ramah					
4	Setiap belanja roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa, pelayanan seluruh pegawai di dalamnya ramah-ramah					

KESAN LAYANAN

		Jawaban

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
5	Saya tidak pernah merasa rugi ketika belanja di CV Waringin Sida Rasa karena kualitas layanan yang diberikan sangat baik					
6	Kualitas layanan yang diberikan CV Waringin Sida Rasa saat saya belanja roti dan kue sudah sesuai dengan yang saya harapkan					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

PENGETAHUAN

		Jawaban				
NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pengetahuan tentang kualitas layanan akan mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan pembelian					
2	Sebelum membeli produk kue dan roti di CV Waringin Sida Rasa, saya sudah mengetahui keunggulan dan kelemahannya					

HARGA

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
3	Harga produk roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa mempengaruhi saya dalam melakukan keputusan pembelian					
4	Penghasilan yang saya terima per bulan akan mempengaruhi dan proses keputusan pembelian roti dan kue di CV Waringin Sida Rasa					

PERSEPSI

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
5	Lokasi usaha CV Waringin Sida Rasa yang memuaskan mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan untuk membeli produk dan rotinya.					
6	Kepuasan terhadap kualitas layanan mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan pembelian produk roti di CV Waringin Sida Rasa					

LAMPIRAN 2

Hasil Kuesioner

"Pengaruh Lokasi Usaha dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Waringin Sida Rasa"

No Responden	Pernyataan X_1								Pernyataan X_2								Pernyataan Y						Jumlah Point
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	2	3	2	4	1	3	4	3	3	2	3	5	2	4	3	4	3	5	56
2	4	5	5	3	3	2	5	4	3	1	3	3	5	2	4	3	4	4	63
3	4	5	3	4	2	2	4	5	2	1	3	2	4	1	5	3	4	4	58
4	3	3	2	3	5	2	5	4	5	4	5	5	4	2	4	2	5	3	66
5	1	3	5	3	2	3	5	3	5	3	5	5	5	3	4	2	2	5	64
6	3	2	5	4	3	3	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	2	5	71
7	5	5	3	3	2	1	3	2	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	69
8	5	4	4	5	1	2	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	73
9	2	3	4	3	3	2	4	5	2	3	3	2	5	3	2	4	2	5	57
10	4	3	5	3	2	1	2	1	4	5	4	5	5	2	1	4	4	3	58
11	4	5	3	1	3	3	5	4	3	3	1	2	4	1	3	3	5	2	55

12	3	2	4	3	4	4	5	4	2	1	1	2	3	1	4	5	3	1	52
13	5	4	5	4	3	3	4	3	1	2	3	2	4	2	5	5	4	1	60
14	5	4	4	3	2	1	3	2	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	66
15	4	3	5	2	4	3	3	2	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	66
16	5	4	5	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	79
17	3	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	2	3	73
18	2	2	3	2	3	2	4	3	5	3	5	4	4	4	2	5	1	5	59
19	3	2	3	1	2	2	3	2	4	3	4	5	4	4	4	4	2	5	57
20	2	1	4	2	3	1	5	4	4	3	4	4	3	4	2	4	2	5	57
21	4	2	5	4	5	3	1	2	5	2	2	1	5	4	4	4	2	4	59
22	5	3	3	2	1	3	2	3	5	4	4	4	2	5	3	5	4	5	63
23	3	5	4	3	2	1	5	4	2	3	2	2	2	2	3	4	3	2	52
24	2	5	4	1	3	1	3	2	5	4	5	3	4	2	1	3	2	5	55
25	4	2	3	2	1	3	3	3	5	4	5	4	4	2	3	4	5	4	61
26	4	3	2	1	2	2	5	4	4	5	5	4	4	1	2	4	5	4	61
27	4	3	3	2	3	4	2	2	3	1	2	3	4	1	4	4	5	1	51
28	2	3	4	2	3	2	5	3	5	1	4	4	5	1	3	3	3	3	56

29	3	2	3	2	3	3	4	5	1	2	3	1	5	4	4	2	2	2	51
30	3	5	4	5	4	2	4	4	1	2	3	2	5	4	3	2	1	5	59
31	5	3	3	5	4	1	4	4	4	5	4	5	5	4	3	1	4	3	67
32	4	4	5	4	3	4	5	5	1	3	3	3	5	3	2	4	4	4	66
33	4	3	3	3	5	4	2	3	3	3	2	2	5	5	2	3	5	5	62
34	3	2	4	1	3	3	4	2	4	5	4	4	3	3	5	2	3	4	59
35	5	4	5	3	2	4	4	3	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	72
36	4	3	3	2	2	2	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	72
37	4	5	1	1	3	2	2	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	66
38	3	3	5	4	4	3	4	2	4	4	4	5	5	5	3	5	2	5	70
39	2	1	2	1	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	1	3	1	3	56
40	4	5	1	2	3	4	5	5	2	3	3	3	5	4	5	4	5	4	67
41	3	2	2	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	2	2	66
42	3	2	1	2	2	3	3	3	5	4	4	5	4	3	1	2	2	2	51
43	4	4	5	4	3	2	5	4	1	2	1	2	5	2	1	5	4	4	58
44	3	2	1	2	2	1	3	3	4	4	3	3	4	5	1	5	2	4	52
45	4	5	5	5	2	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	78

46	1	2	1	3	1	2	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	1	2	42
47	2	2	5	4	2	3	3	3	1	2	3	3	5	4	3	5	3	5	58
48	5	4	3	2	4	4	2	4	3	2	3	3	4	4	4	2	4	5	62
49	4	2	3	4	3	2	5	3	3	3	1	2	5	5	4	5	5	4	63
50	2	3	4	3	3	4	4	4	2	1	1	2	5	4	5	5	3	5	60
51	4	5	4	2	5	2	5	5	2	2	1	3	5	5	3	2	5	4	64
52	5	4	3	3	4	4	4	2	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	72
53	4	3	5	3	5	5	4	3	2	3	3	3	4	5	5	4	5	5	71
54	5	5	4	2	4	4	2	3	1	3	3	2	1	3	4	5	5	4	60
55	3	2	4	2	1	2	1	1	2	3	3	2	1	2	5	2	2	3	41
56	4	3	1	1	2	1	2	1	3	2	1	1	4	4	5	1	4	5	45
Jumlah	197	183	197	155	163	149	208	184	192	183	190	192	233	192	193	207	193	216	3427

LAMPIRAN 3

No Responden	Pernyataan X1						Pernyataan X2						Pernyataan Y						Total
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	
1	2	3	2	4	1	3	4	3	3	2	3	5	2	4	3	4	3	5	56
2	4	5	5	3	3	2	5	4	3	1	3	3	5	2	4	3	4	4	63
3	4	5	3	4	2	2	4	5	2	1	3	2	4	1	5	3	4	4	58
4	3	3	2	3	5	2	5	4	5	4	5	5	4	2	4	2	5	3	66
5	1	3	5	3	2	3	5	3	5	3	5	5	5	3	4	2	2	5	64
6	3	2	5	4	3	3	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	2	5	71
7	5	5	3	3	2	1	3	2	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	69
8	5	4	4	5	1	2	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	73
9	2	3	4	3	3	2	4	5	2	3	3	2	5	3	2	4	2	5	57
10	4	3	5	3	2	1	2	1	4	5	4	5	5	2	1	4	4	3	58
11	4	5	3	1	3	3	5	4	3	3	1	2	4	1	3	3	5	2	55
12	3	2	4	3	4	4	5	4	2	1	1	2	3	1	4	5	3	1	52
13	5	4	5	4	3	3	4	3	1	2	3	2	4	2	5	5	4	1	60
14	5	4	4	3	2	1	3	2	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	66
15	4	3	5	2	4	3	3	2	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	66
16	5	4	5	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	79
17	3	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	2	3	73
18	2	2	3	2	3	2	4	3	5	3	5	4	4	4	2	5	1	5	59
19	3	2	3	1	2	2	3	2	4	3	4	5	4	4	4	4	2	5	57
20	2	1	4	2	3	1	5	4	4	3	4	4	3	4	2	4	2	5	57

21	4	2	5	4	5	3	1	2	5	2	2	1	5	4	4	4	2	4	59
22	5	3	3	2	1	3	2	3	5	4	4	4	2	5	3	5	4	5	63
23	3	5	4	3	2	1	5	4	2	3	2	2	2	2	3	4	3	2	52
24	2	5	4	1	3	1	3	2	5	4	5	3	4	2	1	3	2	5	55
25	4	2	3	2	1	3	3	3	5	4	5	4	4	2	3	4	5	4	61
26	4	3	2	1	2	2	5	4	4	5	5	4	4	1	2	4	5	4	61
27	4	3	3	2	3	4	2	2	3	1	2	3	4	1	4	4	5	1	51
28	2	3	4	2	3	2	5	3	5	1	4	4	5	1	3	3	3	3	56
29	3	2	3	2	3	3	4	5	1	2	3	1	5	4	4	2	2	2	51
30	3	5	4	5	4	2	4	4	1	2	3	2	5	4	3	2	1	5	59
31	5	3	3	5	4	1	4	4	4	5	4	5	5	4	3	1	4	3	67
32	4	4	5	4	3	4	5	5	1	3	3	3	5	3	2	4	4	4	66
33	4	3	3	3	5	4	2	3	3	3	2	2	5	5	2	3	5	5	62
34	3	2	4	1	3	3	4	2	4	5	4	4	3	3	5	2	3	4	59
35	5	4	5	3	2	4	4	3	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	72
36	4	3	3	2	2	2	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	72
37	4	5	1	1	3	2	2	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	66
38	3	3	5	4	4	3	4	2	4	4	4	5	5	5	3	5	2	5	70
39	2	1	2	1	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	1	3	1	3	56
40	4	5	1	2	3	4	5	5	2	3	3	3	5	4	5	4	5	4	67
41	3	2	2	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	2	2	66
42	3	2	1	2	2	3	3	3	5	4	4	5	4	3	1	2	2	2	51
43	4	4	5	4	3	2	5	4	1	2	1	2	5	2	1	5	4	4	58
44	3	2	1	2	2	1	3	3	4	4	3	3	4	5	1	5	2	4	52
45	4	5	5	5	2	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	78

46	1	2	1	3	1	2	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	1	2	42
47	2	2	5	4	2	3	3	3	1	2	3	3	5	4	3	5	3	5	58
48	5	4	3	2	4	4	2	4	3	2	3	3	4	4	4	2	4	5	62
49	4	2	3	4	3	2	5	3	3	3	1	2	5	5	4	5	5	4	63
50	2	3	4	3	3	4	4	4	2	1	1	2	5	4	5	5	3	5	60
51	4	5	4	2	5	2	5	5	2	2	1	3	5	5	3	2	5	4	64
52	5	4	3	3	4	4	4	2	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	72
53	4	3	5	3	5	5	4	3	2	3	3	3	4	5	5	4	5	5	71
54	5	5	4	2	4	4	2	3	1	3	3	2	1	3	4	5	5	4	60
55	3	2	4	2	1	2	1	1	2	3	3	2	1	2	5	2	2	3	41
56	4	3	1	1	2	1	2	1	3	2	1	1	4	4	5	1	4	5	45
Sigma	197	183	197	155	163	149	208	184	192	183	190	192	233	192	193	207	193	216	3427
r hitung	0,465924	0,351875	0,373966	0,368384	0,329375	0,30208	0,302979	0,315282	0,328057	0,477675	0,451662	0,478287	0,385588	0,359462	0,341165	0,327181	0,407295	0,362549	
r tabel	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	0,259	
valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	

LAMPIRAN 4

No Responden	Skor Item Genap (=j)									Total skor
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	(j)
1	3	4	3	3	2	5	4	4	5	33
2	5	3	2	4	1	3	2	3	4	27
3	5	4	2	5	1	2	1	3	4	27
4	3	3	2	4	4	5	2	2	3	28
5	3	3	3	3	3	5	3	2	5	30
6	2	4	3	5	4	4	5	4	5	36
7	5	3	1	2	5	4	5	5	4	34
8	4	5	2	4	5	4	5	4	4	37
9	3	3	2	5	3	2	3	4	5	30
10	3	3	1	1	5	5	2	4	3	27
11	5	1	3	4	3	2	1	3	2	24
12	2	3	4	4	1	2	1	5	1	23
13	4	4	3	3	2	2	2	5	1	26
14	4	3	1	2	4	5	3	4	4	30
15	3	2	3	2	5	5	3	3	4	30

No Responden	Skor Item Ganjil (=i)									Total skor
	1	3	5	7	9	11	13	15	17	(i)
1	2	2	1	4	3	3	2	3	3	23
2	4	5	3	5	3	3	5	4	4	36
3	4	3	2	4	2	3	4	5	4	31
4	3	2	5	5	5	5	4	4	5	38
5	1	5	2	5	5	5	5	4	2	34
6	3	5	3	5	4	5	3	5	2	35
7	5	3	2	3	4	5	5	4	4	35
8	5	4	1	4	5	4	5	3	5	36
9	2	4	3	4	2	3	5	2	2	27
10	4	5	2	2	4	4	5	1	4	31
11	4	3	3	5	3	1	4	3	5	31
12	3	4	4	5	2	1	3	4	3	29
13	5	5	3	4	1	3	4	5	4	34
14	5	4	2	3	5	4	4	4	5	36
15	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36

16	4	2	5	5	5	4	3	4	5	37
17	4	5	5	4	4	5	4	5	3	39
18	2	2	2	3	3	4	4	5	5	30
19	2	1	2	2	3	5	4	4	5	28
20	1	2	1	4	3	4	4	4	5	28
21	2	4	3	2	2	1	4	4	4	26
22	3	2	3	3	4	4	5	5	5	34
23	5	3	1	4	3	2	2	4	2	26
24	5	1	1	2	4	3	2	3	5	26
25	2	2	3	3	4	4	2	4	4	28
26	3	1	2	4	5	4	1	4	4	28
27	3	2	4	2	1	3	1	4	1	21
28	3	2	2	3	1	4	1	3	3	22
29	2	2	3	5	2	1	4	2	2	23
30	5	5	2	4	2	2	4	2	5	31
31	3	5	1	4	5	5	4	1	3	31
32	4	4	4	5	3	3	3	4	4	34

16	5	5	5	4	5	4	5	5	4	42
17	3	5	4	4	3	4	5	4	2	34
18	2	3	3	4	5	5	4	2	1	29
19	3	3	2	3	4	4	4	4	2	29
20	2	4	3	5	4	4	3	2	2	29
21	4	5	5	1	5	2	5	4	2	33
22	5	3	1	2	5	4	2	3	4	29
23	3	4	2	5	2	2	2	3	3	26
24	2	4	3	3	5	5	4	1	2	29
25	4	3	1	3	5	5	4	3	5	33
26	4	2	2	5	4	5	4	2	5	33
27	4	3	3	2	3	2	4	4	5	30
28	2	4	3	5	5	4	5	3	3	34
29	3	3	3	4	1	3	5	4	2	28
30	3	4	4	4	1	3	5	3	1	28
31	5	3	4	4	4	4	5	3	4	36
32	4	5	3	5	1	3	5	2	4	32

33	3	3	4	3	3	2	5	3	5	31
34	2	1	3	2	5	4	3	2	4	26
35	4	3	4	3	5	4	3	4	4	34
36	3	2	2	4	4	4	5	4	5	33
37	5	1	2	3	4	4	5	4	5	33
38	3	4	3	2	4	5	5	5	5	36
39	1	1	4	4	5	5	5	3	3	31
40	5	2	4	5	3	3	4	4	4	34
41	2	3	3	3	5	4	5	5	2	32
42	2	2	3	3	4	5	3	2	2	26
43	4	4	2	4	2	2	2	5	4	29
44	2	2	1	3	4	3	5	5	4	29
45	5	5	2	4	5	5	5	5	4	40
46	2	3	2	2	3	3	4	3	2	24
47	2	4	3	3	2	3	4	5	5	31
48	4	2	4	4	2	3	4	2	5	30
49	2	4	2	3	3	2	5	5	4	30

33	4	3	5	2	3	2	5	2	5	31
34	3	4	3	4	4	4	3	5	3	33
35	5	5	2	4	5	4	4	5	4	38
36	4	3	2	5	5	5	5	5	5	39
37	4	1	3	2	5	4	5	4	5	33
38	3	5	4	4	4	4	5	3	2	34
39	2	2	3	4	4	4	4	1	1	25
40	4	1	3	5	2	3	5	5	5	33
41	3	2	4	4	5	5	4	5	2	34
42	3	1	2	3	5	4	4	1	2	25
43	4	5	3	5	1	1	5	1	4	29
44	3	1	2	3	4	3	4	1	2	23
45	4	5	2	4	4	4	5	5	5	38
46	1	1	1	3	3	2	4	2	1	18
47	2	5	2	3	1	3	5	3	3	27
48	5	3	4	2	3	3	4	4	4	32
49	4	3	3	5	3	1	5	4	5	33

50	3	3	4	4	1	2	4	5	5	31
51	5	2	2	5	2	3	5	2	4	30
52	4	3	4	2	4	5	3	5	4	34
53	3	3	5	3	3	3	5	4	5	34
54	5	2	4	3	3	2	3	5	4	31
55	2	2	2	1	3	2	2	2	3	19
56	3	1	1	1	2	1	4	1	5	19

50	2	4	3	4	2	1	5	5	3	29
51	4	4	5	5	2	1	5	3	5	34
52	5	3	4	4	5	5	4	4	4	38
53	4	5	5	4	2	3	4	5	5	37
54	5	4	4	2	1	3	1	4	5	29
55	3	4	1	1	2	3	1	5	2	22
56	4	1	2	2	3	1	4	5	4	26

No Responden	Total skor (i)	Total skor (j)	ij	i^2	j^2
1	23	33	759	529	1089
2	36	27	972	1296	729
3	31	27	837	961	729
4	38	28	1064	1444	784
5	34	30	1020	1156	900
6	35	36	1260	1225	1296
7	35	34	1190	1225	1156
8	36	37	1332	1296	1369
9	27	30	810	729	900
10	31	27	837	961	729
11	31	24	744	961	576
12	29	23	667	841	529
13	34	26	884	1156	676
14	36	30	1080	1296	900
15	36	30	1080	1296	900
16	42	37	1554	1764	1369
17	34	39	1326	1156	1521
18	29	30	870	841	900
19	29	28	812	841	784
20	29	28	812	841	784
21	33	26	858	1089	676
22	29	34	986	841	1156
23	26	26	676	676	676
24	29	26	754	841	676
25	33	28	924	1089	784
26	33	28	924	1089	784
27	30	21	630	900	441
28	34	22	748	1156	484
29	28	23	644	784	529
30	28	31	868	784	961
31	36	31	1116	1296	961
32	32	34	1088	1024	1156
33	31	31	961	961	961
34	33	26	858	1089	676
35	38	34	1292	1444	1156
36	39	33	1287	1521	1089
37	33	33	1089	1089	1089

38	34	36	1224	1156	1296
39	25	31	775	625	961
40	33	34	1122	1089	1156
41	34	32	1088	1156	1024
42	25	26	650	625	676
43	29	29	841	841	841
44	23	29	667	529	841
45	38	40	1520	1444	1600
46	18	24	432	324	576
47	27	31	837	729	961
48	32	30	960	1024	900
49	33	30	990	1089	900
50	29	31	899	841	961
51	34	30	1020	1156	900
52	38	34	1292	1444	1156
53	37	34	1258	1369	1156
54	29	31	899	841	961
55	22	19	418	484	361
56	26	19	494	676	361
Total (∑)	1766	1661	52999	56930	50463

Perhitungan Reliabilitas seluruh butir variabel pernyataan dengan teknik belah dua (*split half*) dan di analisis dengan rumus *Spearman Brown*

$$r_{hitung} = \frac{n\sum ij - (\sum i)(\sum j)}{\sqrt{(n\sum i^2 - (\sum i)^2)(n\sum j^2 - (\sum j)^2)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{56.52999 - (1766)(1661)}{\sqrt{((56.56930) - (3118756))(56.50463 - 2758921)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{2967944 - 2933326}{\sqrt{(3188080 - 3118756)(2825928 - 2758921)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{34618}{68155{,}6547}$$

$$r_{hitung} = 0{,}507$$

Dari koefisien korelasi yang sudah didapat dimasukkan kedalam rumus Spearman Brown sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2r}{1 + r}$$

$$r_i = \frac{2(0{,}507)}{1 + 0{,}507}$$

$$r_i = \frac{1{,}014}{1{,}507}$$

$$r_i = 0{,}67$$

Dari hasil diatas diperoleh nilai reliabilitas 0,67. Berdasarkan nilai tersebut karena sudahr_{hitung}=0,67 > r_{tabel}=0,259. Instrumen ini dapat dikatakan reliabel dan bisa digunakan dalam rangka pengumpulan data.

LAMPIRAN 5

Foto produk Pastel CV Waringin Sida Rasa

Foto produk Risoles CV Waringin Sida Rasa

Foto produk Roti coklat CV Waringin Sida Rasa

Foto alat pengirimian kue dan roti di CV Waringin Sida Rasa

Foto Proses Produksi Kue dan Roti Di CV Waringin Sida Rasa

Tabel r

Nilai Koefisien Korelasi (r) untuk taraf signifikan tertentu

df	0.10	0.05	0.02	0.01
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721

46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604

96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540
1000	0.0519	0.0619	0.0734	0.0812
10000	0.0164	0.0196	0.0233	0.0258