

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP PENJUALAN PADA PD PRIMA KARYA ABADI

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Penyelesaian Tugas Akhir  
Program Studi D – IV Manajemen Bisnis Industri  
di Politeknik STMI Jakarta



Oleh :

JUPENTUS HARIADI PANGGABEAN

1712096

POLITEKNIK STMI JAKARTA  
d.h SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI  
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI  
JAKARTA

2016

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP PENJUALAN PADA PD PRIMA KARYA ABADI ”**

DISUSUN OLEH

NAMA : JUPENTUS HARIADI PANGGABEAN

NIM : 1712096

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan  
Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir  
Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Menyetujui

Jakarta, 19 Agustus 2016

Dosen pembimbing

**(Drs. Ubaldus Upa, MSC.)**

NIP. 195504121986031003

POLITEKNIK STMI JAKARTA  
d.h SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI  
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I  
JAKARTA

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.  
POLITEKNIK STMI JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL TUGAS AKHIR :**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN & KUALITAS PRODUK TERHADAP PENJUALAN PADA  
PD.PRIMA KARYA ABADI**

**DISUSUN OLEH :**

Nama : Jupentus Hariadi Panggabean  
NIM : 1712096  
Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen Bisnis Industri  
Politeknik STMI Jakarta pada hari Jumat tanggal 26 Oktober 2016.

Jakarta, 26 Oktober 2016

Pembimbing Tugas Akhir,

Penguji 2,

**(Drs. Ubaldus Upa, M.Sc)**

**(Drs.Ahmad Zawawi,MM)**

Penguji 1,

Penguji 3,

**(Drs. Atang Sugiono,M.Si)**

**(Dra.Sri Daryuni,MM)**

## **LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta d.h.Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Program Studi Manajemen Bisnis Industri, Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : JUPENTUS HARIADI PANGGABEAN

NIM : 1712096

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

### **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENJUALAN PADA PD PRIMA KARYA ABADI”**

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literature hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
  - Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
  - Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.
- Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, 19 Agustus 2016

Yang Membuat Pernyataan

(JUPENTUS HARIADI PANGGABEAN)

## ABSTRAK

PD Prima Karya Abadi adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri meubel dan sebagai salah satu pelopor dari pabrikan kusen, pintu dan jendela di Tangerang dengan pengalaman lebih dari 20 tahun. PD Prima Karya Abadi memulai memproduksi kusen, pintu dan jendela pada awal tahun 1996. Pendiri dari PD Prima Karya Abadi adalah Bapak H. Ade Jaya yang mana adalah pemilik dari perusahaan ini. Awal berdirinya PD Prima Karya Abadi bermula dari usaha home industry. Data yang didapat dari penelitian kemudian diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya kualitas layanan ( $X_1$ ) atau kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap penjualan ( $Y$ ) dan apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap penjualan ( $Y$ ). Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan regresi linier berganda didapat persamaan  $\hat{Y} = 2,50 + 0,31 X_1 + 0,70 X_2$ . Kemudian pada hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dan didapat nilai  $F_{hitung} = 51,03$  dan  $F_{tabel} = 3,02$ , dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap penjualan. Sedangkan dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t didapat nilai  $t_{1\ hitung} = 17,28$  dan  $t_{2\ hitung} = 17,74$   $t_{tabel} = 1,670$  Dimana  $t_{1\ hitung} < t_{tabel}$   $1,670 < 17,28$  yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas layanan terhadap penjualan, dan  $t_{2\ hitung} > -1,670 < 17,74$  yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap penjualan.

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas produk, penjualan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENJUALAN PADA PD PRIMA KARYA ABADI”** yang disusun sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Pendidikan Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Industri (MBI) di 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 :

1. Dr. Mustofa, ST, MT, selaku Ketua Politeknik STMI Jakarta. Terima kasih yang tak terhingga untuk juga motivasi dan dorongan bagi Penulis.
2. Drs. Mulyono, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri (MBI). Terima kasih untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta Bisnis motivasi pada saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
3. Drs. Ubaldus Upa, MSC, selaku dosen pembimbing. Penulis ucapkan terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan dan waktu yang telah diberikan oleh dosen pembimbing dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
4. H. Ade Jaya, selaku pemilik dari PD Prima Karya Abadi yang telah memberikan izin untuk melaksanakan PKL dan membantu Penulis dalam mengumpulkan data serta membimbing sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
5. Keluarga khususnya orangtua penulis yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Teman-teman seperjuangan MBI 2012 yang juga memberikan motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh Staff Politeknik STMI Jakarta 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 penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 19 Agustus 2016

Jupentus Hariadi Pangabean

## DAFTAR ISI

<a href="#">ABSTRAK</a> .....	i
<a href="#">KATA PENGANTAR</a> .....	ii
<a href="#">DAFTAR ISI</a> .....	iv
<a href="#">DAFTAR TABEL</a> .....	viii
<a href="#">DAFTAR GAMBAR</a> .....	ix
<a href="#">DAFTAR LAMPIRAN</a> .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI .....	5
2.1 Aspek Pemasaran .....	5
2.1 Pemasaran .....	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	5
2.1.3 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	6
2.1.4 Fungsi-fungsi Pemasaran .....	7
2.1.5 Kualitas Produk.....	9
2.1.6 Kualitas Layanan.....	11
2.1.7 Penjualan.....	16
2.2 Aspek Personalia .....	18
2.2.1 Definisi Manajemen Personalia .....	18
2.2.2 Produktivitas Kerja .....	20
2.3 Aspek Produksi.....	20

2.3.1	Definisi Manajemen Produksi.....	20
2.3.2	Ruang Lingkup Manajemen Produksi dan Operasi .....	21
2.3.3	Proses Produksi .....	22
2.4	Aspek Keuangan.....	23
2.4.1	Definisi Manajemen Keuangan.....	23
2.4.2	Fungsi Manajemen Keuangan.....	23
2.4.3	Sumber Penggunaan Dana .....	24
2.4.4	Laporan Keuangan .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>26</b>
3.1	Jenis data yang diperlukan.....	26
3.1.1	Data Primer.....	26
3.1.2	Data Sekunder.....	26
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel.....	28
3.3.1	Variabel Penelitian.....	28
3.3.2	Defenisi Operasional.....	29
3.4	Populasi dan Penentuan Sampe.....	31
3.4.1	Populasi.....	31
3.4.2	Sampel.....	32
3.4.3	Skala Penelitian.....	33
3.5	Uji Validitas dan Relibilitas.....	33
3.5.1	Uji Validitas.....	34
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.6	Metode Analisis Data dan Pengelolaan.....	35
3.6.1	Analisis Korelasi.....	35
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.....	35
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>		<b>43</b>
4.1	Pengumpulan Data.....	43

4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.2	Klasifikasi Perusahaan.....	43
4.1.3	Lokasi Perusahaan.....	44
4.1.4	Layout Perusahaan.....	45
4.2	Bidang Personalia.....	45
4.2.1	Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.2.2	Deskripsi Jabatan.....	46
4.2.3	Data Tenaga Kerja.....	49
4.2.4	Perekrutan Sampai Pemberhentian Karyawan.....	51
4.2.5	Kesejahteraan Karyawan.....	53
4.2.6	Legalitas Perusahaan.....	55
4.3	Aspek Pemasaran.....	55
4.3.1	Produk yang Dijual.....	55
4.3.2	Wilayah Pemasaran Produk.....	56
4.3.3	Saluran Distribusi Produk/Place.....	56
4.3.4	Promosi yang Dilakukan Perusahaan.....	57
4.3.5	Pembelian.....	59
4.3.6	Data Penjualan.....	60
4.4	Aspek Produksi.....	60
4.4.1	Jenis Produk yang Diproduksi.....	60
4.4.2	Mesin dan Peralatan.....	61
4.4.3	Proses Produksi.....	62
4.5	Aspek Keuangan.....	67
4.5.1	Kebutuhan Investasi Awal.....	67
4.5.2	Biaya Penyusutan dan Amortisasi.....	70

4.5.3 Harga Pokok Penjualan.....	71
4.5.4 Laporan Rugi Laba.....	72
4.5.5 Laporan Perubahan Modal.....	73
4.5.6 Neraca.....	74
BAB V PEMBAHASAN.....	77
5.1 Analisis Data.....	77
5.1.1 Deskripsi Responden.....	77
5.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
5.1.3 Analisis Korelasi.....	83
5.1.4 Analisis Regresi Berganda.....	83
5.1.5 Analisis Regresi Sederhana.....	91
BAB VI KESIMPULAN.....	108
6.1 Kesimpulan.....	108
6.2 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Indikator Variabel Kualitas Layanan.....	29
Gambar 3.2 Indikator Variabel Kualitas Produk.....	30
Gambar 3.3 Indikator Variabel Penjualan.....	31
Gambar 3.4 Diagram Uji F .....	40
Gambar 3.5 Diagram Uji t.....	42
Gambar 4.1 Layout PD Prima Karya Abadi .....	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PD Prima Karya Abadi .....	46
Gambar 4.3 Diagram Alur Produksi Kusen, Pintu dan Jendela.....	63
Gambar 4.4 Diagram Alur Produksi Daun Pintu .....	64
Gambar 4.5 Diagram Alur Produksi Daun Jendela.....	65
Gambar 5.1 Diagram Uji t Kualitas Layanan (X1) Terhadap Penjualan (Y).....	98
Gambar 5.2 Diagram Uji t Kualitas Produk (X2) Terhadap Penjualan (Y).....	99
Gambar 5.3 Grafik Pengaruh Kualitas Layanan (X1) Terhadap Penjualan (Y).....	102
Gambar 5.4 Grafik Pengaruh Kaulitas Produk (X2) Terhadap Penjualan (Y).....	103

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Validitas dan Relibilitas Hasil SPSS.....	L-1
Lampiran Gambar Produk PD Prima Karya Abadi.....	L-2
Lampiran Kuesioner.....	L-3

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert dengan Lima Alternatif Jawaban.....	33
Tabel 4.1 Data Tenaga Kerja Tahun 2016.....	49
Tabel 4.2 Data Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	50
Tabel 4.4 Data Jam Kerja.....	50
Tabel 4.5 Data Upah Karyawan.....	53
Tabel 4.6 Biaya Promosi PD Prima Karya Abadi.....	59
Tabel 4.7 Penjualan Selama 5 Tahun.....	60
Tabel 4.8 Data Mesin Dalam Proses Produksi.....	61
Tabel 4.9 Biaya Penyusutan dan Amortisasi.....	70
Tabel 4.10 Tabel Harga Pokok Penjualan.....	71
Tabel 4.11 Laporan Rugi atau Laba.....	72
Tabel 4.12 Laporan Perubahan Modal.....	73
Tabel 4.13 Laporan Neraca.....	74

Tabel 5.1 Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	77
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Tingkat Usia .....	78
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Uang Saku.....	78
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel 5.5 Uji Validitas Kualitas Layanan.....	80
Tabel 5.6 Uji Validitas Kualitas Produk.....	80
Tabel 5.7 Uji Validitas Penjualan.....	81
Tabel 5.8 Uji Validitas Penjualan Tabel Penolong Untuk Korelasi Berganda.....	84
Tabel 5.9 Tabel Penolong Untuk Menghitung Analisis Regresi Sederhana.....	91

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha pada dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya, tidak terkecuali jenis usaha skala menengah atau disebut dengan UKM. Banyak masyarakat beransumsi bahwa pemasaran identik dengan menjual maupun mendistribusikan, namun perlu di sadari bahwa kegiatan tersebut sebagian kecil dari lingkup pemasaran itu sendiri. Semakin tajamnya persaingan antara perusahaan, menyebabkan inginnya perusahaan untuk merebut segmen pasar dari pesaingnya atau kompetitornya.

Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah selalu tidak tercapainya target penjualan di setiap tahunnya. Dampak yang dihasilkan dari persaingan tersebut adalah akan menurunnya jumlah penjualan bagi perusahaan yang telah diambil alih segmen pasarnya. Maka dari itu perusahaan PD Prima Karya Abadi ingin agar untuk tahun kedepannya bisa meningkatkan hasil penjualannya, sehingga target perusahaan bisa tercapai. Penjualan sendiri tidak bisa dipisahkan dari pemasaran, karena pemasaran lah yang berperan penting dalam meningkatkan penjualan suatu perusahaan.

Pada posisi seperti inilah perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran yang baik, untuk meningkatkan kembali penjualannya. Karena penjualan yang maksimal dan menguntungkan adalah tujuan dan cita-cita utama dari perusahaan. Untuk tetap menjaga tingkat penjualan yang baik, maka perusahaan harus mampu meramalkan seberapa besar permintaan konsumen di masa yang akan mendatang dengan harapan perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen dan mampu menghasilkan laba bagi perusahaan.

Dalam menerapkan pemasaran untuk meningkatkan penjualan PD Prima Karya Abadi di masa yang akan datang, dari beberapa variabel pemasaran yang ada, dipilihlah kualitas layanan dan kualitas produk. Karena menurut pemimpin perusahaan untuk masalah harga produk yang mereka jual relatif

sama dengan perusahaan lain, sedangkan untuk masalah lokasi usaha PD Prima Karya Abadi sudah berada di tempat yang strategis di tengah perkotaan dan akses kendaraan yang mudah. Maka dari itu perusahaan ingin melihat seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap penjualan. Karena harapan setiap perusahaan adalah mampu menjual produk sesuai target dan memperoleh laba yang tinggi sehingga tujuan dan cita-cit 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 kualitas layanan terhadap penjualan?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap penjualan?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap penjualan?

## **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 PD PRIMA KARYA ABADI.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015.
3. Pengaruh kualitas layanan penjualan.
4. Pengaruh kualitas produk terhadap penjualan.
5. Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan terhadap penjualan.

#### **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

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

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan terdapat pengaruh antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap penjualan.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap penjualan.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap penjualan.

#### **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

##### **1. Bagi Perusahaan**

Perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap penjualan; bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap penjualan; serta bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap penjualan.

##### **2. Bagi Politeknik 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 Pembaca**

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

##### **4. Bagi Penulis**

Penulis mendapatkan ilmu baru yang dapat diterapkan sebagai dasar untuk menjadi seorang pengusaha yang sukses.

## **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, sertasaran-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 (controlling)* 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. Pembelian ( 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 pembelian 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 informasi 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 Kualitas Produk**

Menurut Penelitian Pradhana (2015) Kualitas produk adalah kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Lupiyoadi (2001) menyatakan konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari sudut pandang yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasinya. Kualitas produk dapat disimpulkan dari penjelasan di atas yaitu keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang dari segi keunggulan produk telah memenuhi syarat untuk diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan. Kualitas produk memiliki sembilan dimensi menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:8-10) seperti berikut ini:

1. Bentuk (*form*) meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk
2. Fitur (*feature*) karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk.
3. Kualitas kinerja (*performance quality*) adalah tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.
4. Kesan kualitas (*perceived quality*) sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
5. Ketahanan (*durability*) ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan. Merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.

6. Keandalan (*reliability*) adalah ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam waktu tertentu.
7. Kemudahan perbaikan (*repairability*) adalah ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal.
8. Gaya (*style*) menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.
9. Desain (*design*) adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Konsep produk berpendapat bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Manajer dari sebuah organisasi ini berfokus untuk membuat produk yang unggul dan senantiasa memutakhirkannya. Namun, para manajer kadang-kadang terlibat perselingkuhan dengan produk mereka. Mereka mungkin melakukan kesalahan yang diistilahkan “jebakan tikus yang lebih baik”, yaitu mempercayai bahwa jebakan tikus yang lebih baik akan mengarahkan orang ke pintu mereka. Suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak didukung oleh harga, distribusi, iklan, dan penjualan yang tepat. (Kotler Philip & Keller Kevin, 2008).

Dari defenisi di atas, penulis dapat menarik kesimpulan bahawa kualitas produk adalah nilai tambah dari segi nilai keunggulan produk yang bisa memenuhi keinginan konsumen atau pelanggan. Sehingga konsumen atau pelanggan bisa puas dan perusahaan telah berhasil dalam memenuhi kebutuhan pasar. Sehingga konsumen akan terus datang untuk membeli produk tersebut.

#### **2.1.6 Kualitas Layanan**

Dalam kamus besar bahasa indonesia dijelaskan pelayan sebagaiusaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani

adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

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 terhadap 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 pelanggan, dimana pada beberapa kasus berlanjut pada *maintenance*, atau *technical support* lainnya.

Dari definisi di atas, 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.

#### **2.1.6.1 Elemen Kunci Dalam Layanan Konsumen**

Menurut Zeithaml 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 pelanggan 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 (*Tangible*)**

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.

### 2.1.6.2 Layanan Prima

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

### **2.1.7 Penjualan**

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan, 1991). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Menurut Winardi (1982), penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran. Volume penjualan dapat dijabarkan sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan. Penjualan mempunyai pengertian yang bermacam-macam tergantung pada lingkup permasalahan yang sedang dibahas. Menurut Kotler dan Armstrong (1998), penjualan dalam lingkup kegiatan, sering disalah artikan dengan pengertian pemasaran. Penjualan dalam lingkup ini lebih berarti tindakan menjual barang atau jasa. Kegiatan pemasaran adalah penjualan dalam lingkup hasil atau pendapatan berarti penilaian atas penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode. Dalam praktek, kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut (Swantha dan Irawan 1990):

#### **1. Kondisi dan Kemampuan Penjual.**

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai

sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
- b. Harga produk
- c. Syarat penjualan seperti : pembayaran, pengantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi, dan sebagainya.

#### 1. Kondisi Pasar.

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a. Segmen Pasar.
- b. Daya belinya.
- c. Frekuensi pembeliannya.
- d. Keinginan dan kebutuhan.

#### 2. Modal

Akan lebih sulit lagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenali oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Oleh karena itu perusahaan harus bisa memperkenalkan dahulu produk yang ditawarkan. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta tempat usaha, usaha promosi, dan sebagainya. Semua dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

Dari definisi diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa penjualan sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar dimana terdapat faktor keinginan dan kebutuhan pasar. Sehingga antara layanan dan kualitas

sangatlah memiliki pengaruh terhadap penjualan. Karena konsumen atau pelanggan sangat membutuhkan layanan dan mutu produk, sehingga mereka dapat merasa puas.

## **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 misi 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 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), sesuatu 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 penyalai modal.
2. Keputusan pembelanjaan, keputusan ini mencakup penentuan *financing mix* atau struktur modal yang terbaik.
3. Keputusan dividen, keputusan ini meliputi keputusan tentang penentuan 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 selanjutnya 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 untuk 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 PD Prima Karya Abadi, penulis mengumpulkan data secara langsung dengan pemilik perusahaan PD Prima Karya Abadi yaitu Bapak H. Ade Jaya 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 penelitian. 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 kualitas layanan dan kualitas produk serta konsumen di PD Prima Karya Abadi.

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 kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi. 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= Kualitas Layanan

X2= Kualitas Produk

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 penjualan.

### 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 untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran indikator yang lebih baik.

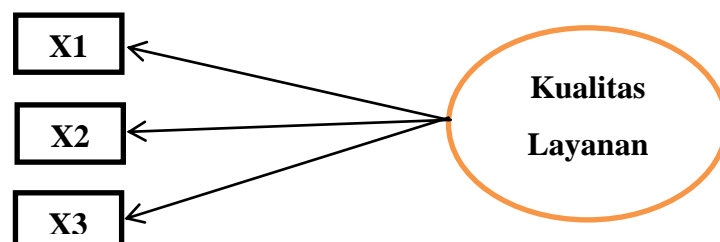
Adapun defenisi operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi Indikator Empiris (IE) yang meliputi:

1. 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 :

Gambar 3.1 Indikator Variabel Kualitas Layanan



Keterangan :

X1= Pelayanan Cepat

X2= Pelayanan Pegawai Ramah

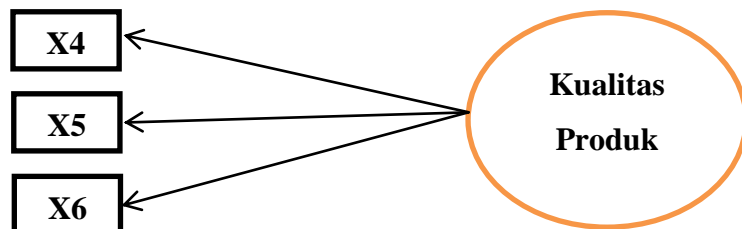
X3= Kesan Layanan

2. Kualitas produk, Indikator Empirisnya adalah :

- a. Keandalan produk
- b. Estetika produk
- c. Daya tahan produk

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

Gambar 3.2 Indikator Variabel Kualitas Produk



Keterangan:

X4= Keandalan produk

X5= Estetika produk

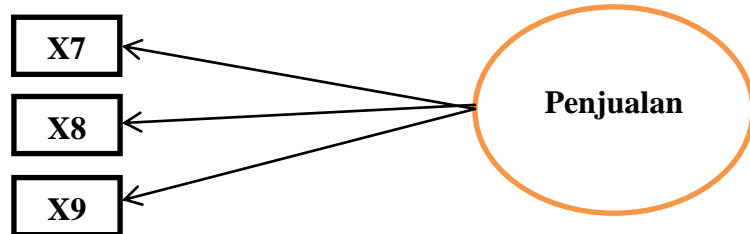
X6= Daya Tahan produk

3. Penjualan, Indikator empirisnya adalah :

- a. Pengetahuan
- b. Harga
- c. Persepsi

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

Gambar 3.3 Indikator Variabel Penjualan



Keterangan:

X7= Pengetahuan

X8= Harga

X9= Persepsi

### 3.4 Populasi dan Penentuan 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 kusen, pintu dan jendela di perusahaan PD Prima Karya Abadi. 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 digunakan adalah *sampling aksidental*, dimana penulis dalam menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Adapun alasan penggunaan metode tersebut dikarenakan penulis ingin mendapatkan informasi yang tepat dengan cara yang praktis.

Responden yang dipilih adalah konsumen yang membeli kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi. Tujuan penggunaan *sampling aksidental* dalam penelitian ini untuk memperoleh responden yang telah melakukan pembelian kusen, pintu dan jendela pada PD Prima Karya Abadi. Alasan penulis memilih responden konsumen yang membeli kusen, pintu dan jendela di perusahaan, karena konsumen juga tau mengenai kualitas produk dan kualitas layanan yang dihasilkan perusahaan ini. Konsumen pasti juga tau dimana kelemahan dan kekuatan produk 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:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{80}{80 \cdot 0.05^2 + 1} = \frac{80}{1.2} = 66,66666667 \text{ (67 Responden)}$$

Keterangan:

n= jumlah sampel

N=jumlah populasi

d= Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

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

populasi sebesar 80, didapatkan dari rata-rata konsumen yang datang untuk membeli dan menggunakan produk kusen, pintu dan jendela selama satu bulan. Dari hasil perhitungan diatas penelitian ini mengambil sampel 67 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 3.1 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 *SPSS 20* sedangkan untuk perhitungan reliabilitas penulis menggunakan bantuan *SPSS 20*.

### **3.5.1 Uji Validitas**

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

1. Uji ini dilakukan untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner sehingga dapat mendefinisikan 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 67 responden sehingga didapat  $r$  tabel sebesar 0,242
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:

$$R_{X_1X_2} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2(r_{x_1y})(r_{x_2y})(r_{x_1x_2})}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

##### 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:

$$KP = R_{x_1x_2} \cdot 100\%$$

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

#### 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 analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan 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 yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan.

Rumus Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = variabel terikat

X<sub>1</sub> = variabel bebas pertama

X<sub>2</sub> = variabel bebas kedua

X<sub>3</sub> = variabel bebas ketiga

X<sub>n</sub> = variabel bebas ke-n

a dan b<sub>1</sub> serta b<sub>2</sub> = konstanta

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

#### a. Menerapkan metode skor deviasi

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

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

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

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

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

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

$$- 7) X_1 = \frac{\sum X_1}{n}$$

$$- 8) X_2 = \frac{\sum X_2}{n}$$

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

b. Mencari nilai koefisien - koefisien

1) Menghitung nilai koefisien  $b_1$

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

2) Menghitung nilai koefisien  $b_2$

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

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

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2$$

d. Mencari korelasi berganda

$$R_{X_1, X_2, Y} = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \cdot \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

e. Mencari koefisien determinasi

$$KP = (R_{X_1, X_2, Y})^2 \times 100\%$$

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 kelompok data A dan B terhadap kelompok data C.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara kelompok data A dan B terhadap kelompok data C.

b. *Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik*

Ho :  $\beta = 0$

Ha :  $\beta \neq 0$

c. *Menentukan taraf signifikan  $\alpha$*

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  $F_{hitung}$*

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

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)

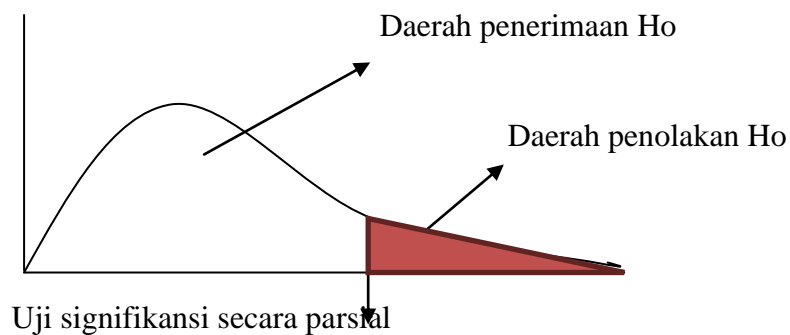
f. Membandingkan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$

Tujuan membandingkan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  adalah untuk mengetahui apakah  $H_0$  ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

g. Mengambil keputusan

Menerima atau menolak  $H_0$ .

**Gambar 3.4 Diagram Uji F**



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  $\beta_j$  adalah koefisien yang akan diuji.

c. *Menentukan taraf signifikan ( $\alpha$ )*

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  $t_{hitung}$*

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

Keterangan :

$b_i$  = nilai konstanta

$S_{b_i}$  = standar error

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

1) *Menghitung nilai standar error*

o Standar error  $S_{b_1}$

$$S_{b_1} = \frac{S_{X_1.X_2}}{\sqrt{[\sum X_1^2 - n \cdot \sum X_1^2][1 - (r_{X_1.X_2})^2]}}$$

o Standar error  $S_{b_2}$

$$S_{b_2} = \frac{S_{X_1.X_2}}{\sqrt{[\sum X_2^2 - n \cdot \sum X_2^2][1 - (r_{X_1.X_2})^2]}}$$

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

- o Menentukan nilai varian

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

- o Menentukan nilai deviasi standar

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

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  $\alpha$  dibagi 2.

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

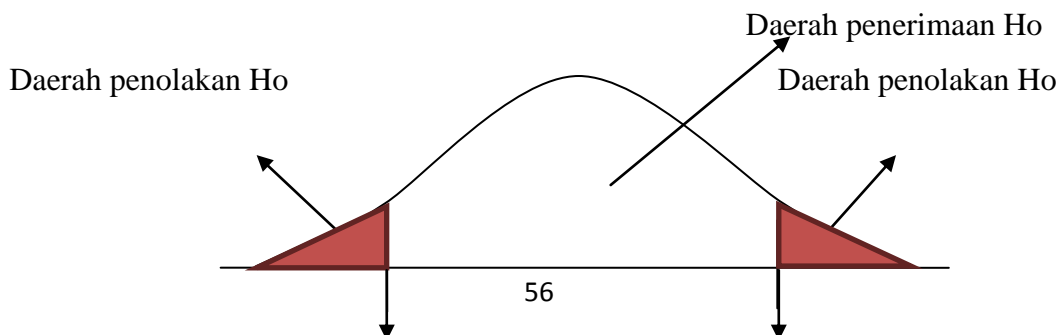
g. Membandingkan  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$

Tujuan membandingkan  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  adalah untuk mengetahui apakah  $H_0$  ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

h. Mengambil keputusan

Tujuan dari membuat keputusan adalah untuk mengetahui hipotesis mana yang terpilih,  $H_0$  atau  $H_a$ .

**Gambar 3.5 Diagram Uji t**



t tabel

t tabel

## BAB IV

### PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

#### 4.1 Pengumpulan Data

##### 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PD Prima Karya Abadi adalah sebuah perusahaan di bidang mebel yang memproduksi kusen, pintu, dan jendela. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak H. Ade Jaya pada tahun 1996. Selama hampir 25 tahun bapak Ade menjalankan usahanya, bapak Ade telah memiliki 8 tenaga kerja, yang awal mulanya segala proses produksi hanya dikerjakan oleh bapak Ade. Modal awal bapak Ade untuk memulai usahanya hanyalah Rp. 250.000,00. Dengan modal yang tidak banyak, bapak Ade yakin bahwa kelak modal yang sedikit tersebut akan menghasilkan hasil yang berkali-kali lipat. Tentu saja dengan ketekunan dan semangat yang tinggi, usaha bapak Ade terus berkembang hingga saat ini.

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan yang bergerak dalam industri mebel ini telah memiliki SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan), NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), dan juga TDP (Tanda Daftar Perusahaan). Hingga saat ini, produk dari PD Prima Karya Abadi berupa kusen, dan furniture semakin dikenal masyarakat luas dan sudah dipasarkan di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

##### 4.1.2 Klasifikasi Perusahaan

Nama perusahaan	: PD Prima Karya Abadi
Nama pemilik	: Bpk H. Ade Jaya
Tahun berdiri	: 1996
Klasifikasi kelas	: Kecil
Jenis usaha	: Produksi kusen, pintu, dan jendela
Daerah kerja	: Kota Tangerang

Alamat/ tempat usaha : Jl. Raya Villa Regensi KP.  
 Sangiang RT 004/01 Kel. Periuk  
 Kec. Periuk, Kota Tangerang  
 Telepon : 021-55798522  
 Nomor SIUP : 0825/PK/V/BPPMPT/2013  
 Nomor TDP : 30.06.5.47.04667  
 Nomor NPWP : 07.910.538.3.402.000  
 Jumlah pekerja : 8 orang

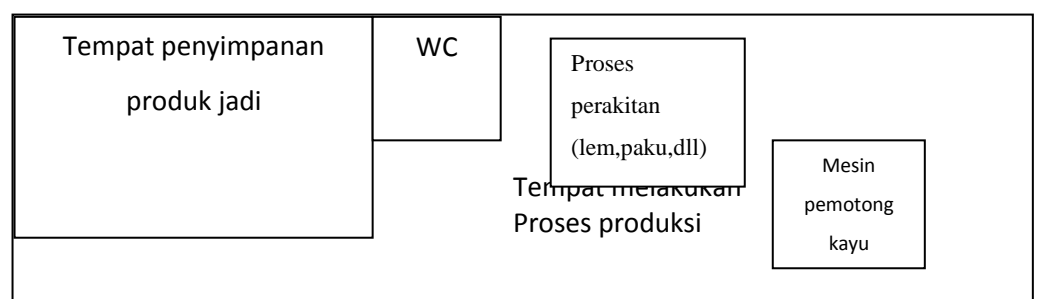
#### 4.1.3 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. PD Prima Karya Abadi berlokasi Jl. Raya Villa Regensi KP. Sangiang RT 004/01 Kel. Periuk Kec. Periuk, Kota. Untuk menentukan lokasi perusahaan yang efektif memerlukan pikiran dan pertimbangan yang luas dari pemimpin perusahaan. Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya :

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

#### 4.1.4 Layout Perusahaan

Gambar IV.1. *Layout* PD Prima Karya Abadi



Mesin pengamplas kayu

Display produk

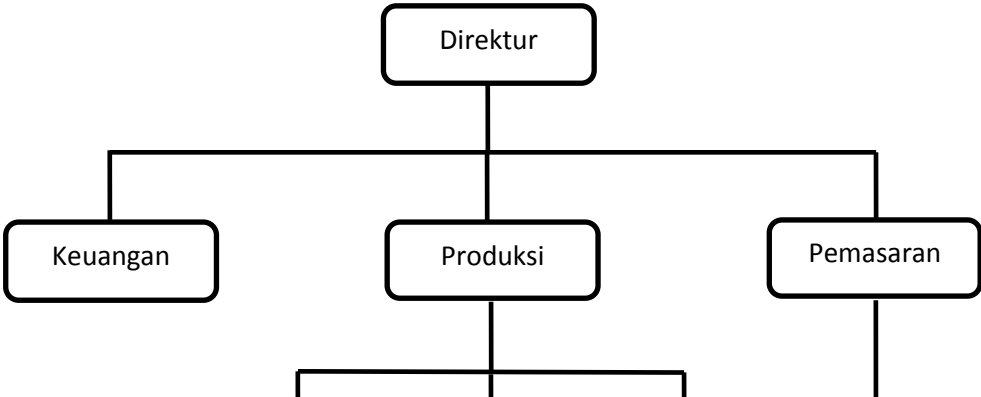
### 4.2 Bidang Personalia

Pada aspek personalia akan memberikan 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 PD. PRIMA KARYA ABADI



Sumber : PD Prima Karya Abadi.

#### **4.2.2 Deskripsi Jabatan**

##### **1. Direktur**

Direktur perusahaan adalah pendiri sekaligus pemilik dari perusahaan. Tugas direktur perusahaan antara lain:

- a. Melaksanakan tugas direksi harian dan 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. Departemen keuangan**

Tugas dari departemen keuangan antara lain:

- a. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.
- b. Mencatat dan melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.
- c. Membuat laporan keuangan.

##### **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.

### 1. Bagian komponen

Tugas dari pekerja bagian komponen antara lain:

- a. Membuat/menggambar pola dasar model kusen pintu atau jendela.
- b. Menyerut balok kayu agar lurus dan halus.
- c. Membuat sekonengan pada sisi kayu dengan kedalaman sama dengan profil, tergantung tebalnya pintu.
- d. Membuat purusan untuk bagian bawah, dan membuat lubang purusan untuk bagian atas dengan menggunakan perusut. Dan membuat lubang untuk mempermudah proses berikutnya (perakitan) .

### 2. Bagian perakitan

Tugas dari pekerja bagian perakitan antara lain:

- a. Merapikan purusan dengan lubang purusan agar presisi.
- b. Memasang dan mengecek akurasi siku dengan siku.
- c. Memberi lem pada bagian-bagian dan diperkuat dengan paku ukuran 9 cm atau 10 cm.
- d. Membuat kupingan pada sisi kanan dan kiri kusen sebagai penguat saat dipasang di tembok.
- e. Mengontrol ukuran sebelum dipasangkan kayu reng.
- f. Menambahkan kayu reng untuk penahan siku pada bagian kaki-kaki, agar tetap akurat sampai tahap pemasangan kusen.

### 3. Finishing

Tugas dari pekerja bagian finishing antara lain:

- a. Mengamplas kusen kayu dengan mesin atau manual hingga benar-benar halus, dengan ukuran amplas no.80 sampai no.100.

- b. Memberikan obat anti rangas agar tetap awet terhadap serangan rayapMelakukan pengecekan ulang pada produk jadi sesuai dengan standarisasi perusahaan.

#### 4. Departemen pemasaran

Tugas dari departemen 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.

##### 1. Driver

Tugas dari driver adalah mengantarkan produk jadi (kusen) ke agen/konsumen yang berada di Jabodetabek.

### 4.2.3 Data Tenaga Kerja

Personalia merupakan masalah yang berhubungan erat dengan pengelolaan ketenagakerjaan dan kepegawaian dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk serta berhasil tidaknya pelaksanaan bisnis yang ditetapkan oleh perusahaan pada PD Prima Karya Abadi.

Tabel IV.1. Data Tenaga Kerja Tahun 2016

Keterangan	Laki-laki	Perempuan	Total
Karyawan	7 orang	1 orang	8 orang

Sumber: PD Prima Karya Abadi.

Total keseluruhan tenaga kerja adalah 8 orang, dengan jumlah laki-laki sebanyak 7 orang dan perempuan sebanyak 1 orang tenaga kerja. Tenaga kerja perempuan itu dibagikan tugas pada bagian keuangan, sedangkan tenaga kerja laki-laki dibagikan tugas pada produksi, bagian gudang, dan driver.

Tabel IV.2. Data Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>
≤ 20 tahun	2 orang
21 – 30 tahun	3 orang
31 – 40 tahun	2 orang
41 – 50 tahun	1 orang

Sumber: PD Prima Karya Abadi.

Dengan berdasarkan pada tingkat usia, tenaga kerja di PD Prima Karya Abadi banyak dari usia-usia yang produktif. Yaitu orang-orang yang mempunyai tekad dan semangat kerja yang tinggi.

Tabel IV.3. Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>
SMA	3 orang
SMP	3 orang
SD	2 orang

Sumber: PD Prima Karya Abadi.

Tingkat pendidikan tenaga kerja di PD Prima Karya Abadi tidaklah 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 kusen pintu dan jendela.

Tabel IV.4. Data Jam Kerja

<b>Keterangan</b>	<b>Mulai</b>	<b>Istirahat</b>	<b>Selesai</b>
Normal	09.00	disesuaikan	17.00
Lembur	17.00	-	20.00

Sumber: PD. Prima Karya Abadi.

Jam kerja/waktu kerja pada PD Prima Karya Abadi tetap berdasarkan aturan ketenagakerjaan. Dimana waktu kerja efektif adalah 8 jam kerja, yang dimulai dari pukul 09.00 sampai dengan pukul 17.00, dimana waktu istirahat disesuaikan dengan keinginan pekerja dan banyaknya pekerjaan, tidak ada jam khusus untuk istirahat.

Jika permintaan akan pesanan kusen, pintu, jendela atau furnituresedang banyak/bertambah, PD. Prima Karya Abadi memberlakukan jam kerja lembur yang dimulai dari pukul 17.00 sampai dengan pukul 20.00. Untuk hari Minggu, perusahaan ini tetap melakukan proses produksi. Jadi hari kerja aktif adalah dari hari Senin sampai dengan hari Minggu.

#### **4.2.4 Perekrutan Sampai Pemberhentian Karyawan**

Adapun proses-proses perekrutan karyawan yang dilaksanakan oleh PD Prima Karya Abadi 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 perkembangan karyawan baru tersebut serta mengawasi pekerjaannya. Jika pekerjaannya bagus, maka karyawan tersebut akan terus bekerja. Tetapi jika tidak, maka kepala bagian yang akan menegurnya. Tetapi jika masih saja pekerjaannya 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 menunjukkan 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 kepada 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 kepada karyawannya.

Tabel IV.5. Data Upah Karyawan (per-hari)

<b>Keterangan</b>	<b>Kisaran Upah (Rp)</b>
Produksi	50.000 – 75.000
Driver	150.000 – 200.000
Administrasi	120.000

Sumber: data primer diolah

Sistem pengupahan pada PD. Prima Karya Abadi khususnya untuk bagian produksi dihitung berdasarkan produktifitas karyawan, yaitu sebesar Rp25.000 per-kusen, yang jika dihitung rata-rata upah harian produksi berkisar antara Rp 50.000 – Rp 75.000. Sedangkan upah untuk bagian driver hanya dibayarkan ketika driver ingin menghantarkan barang ke konsumen dan administrasi diberikan perbulan, yang jika dihitung rata-rata hariannya untuk driver adalah Rp 45.000 – Rp 55.000, sedangkan upah harian karyawan administrasi lebih tinggi karena tingkat pendidikan untuk bagian ini juga lebih tinggi, yaitu dari Rp 80.000 – Rp 90.000.

Ada 2 cara gaji mengalami kenaikan:

- a. Inflasi, setiap tahun seluruh karyawan akan mengalami kenaikan gaji meskipun persentasenya kecil.
- b. Prestasi, dalam menaikkan upahnya pemilik akan bekerjasama dengan kepala dari masing-masing bagian, untuk melihat perkembangan 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 mendapatkan 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 kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah (pajak).

#### 1. Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan : PD Prima Karya Abadi  
Lokasi : Jl. Raya Villa Regensi KP.  
Sangiang RT 004/01 Kel. Periuk  
Kec. Periuk, Kota Tangerang  
  
Bentuk Badan Hukum : Perusahaan Dagang (PD)  
Bidang Usaha : Produksikusen, pintu dan jendela

#### 2. Dokumen dan Perizinan

Adapun jenis-jenis dokumen dan surat izin yang sudah didapat oleh PD Prima Karya Abadi antara lain :

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

### 4.3 Aspek Pemasaran

#### 4.3.1 Produk yang Dijual

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kayu, dalam kegiatan sehari-harinya PD Prima Karya Abadi memproduksi kusen untuk pintu atau jendela, pintu, dan juga jendela. Produk yang dihasilkan PD Prima Karya Abadi sudah terhitung modern karena menggunakan mesin-mesin yang cukup canggih sehingga dapat membantu dalam proses produksi. Selain itu produk yang dihasilkan perusahaan ini juga terbuat dari bahan-bahan kayu yang berkualitas, yang menjadikannya lebih awet/tidak mudah rusak. sehingga tidak kalah saing dengan produk-produk sejenis yang beredar di pasaran

#### 4.3.2 Wilayah Pemasaran Produk

Wilayah pemasaran produksi PD Prima Karya Abadi sudah tersebar di Jakarta, Bogor, Tangerang, Depok, dan Bekasi.

Dalam memasarkan produknya di Jabodetabek, PD Prima Karya Abadi menggunakan mobil pickup untuk mengantarkan produk buaatannya tersebut ke berbagai toko material yang selain menjual bahan bangunan namun juga menjual pintu atau jendela yang siap untuk dipasarkan langsung kepada konsumen yang berada di wilayah Jabodetabek. Terkadang PD Prima Karya Abadi mendapatkan pesanan dari Padegelang.

Walaupun produk PD Prima Karya Abadi ini baru di pasarkan di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya belum sampai ke luar pulau, namun perusahaan ini tetap menjaga kualitas dari produk-produk yang dibuatnya agar produk produksi PD Prima Karya Abadi ini mempunyai bagian di hati konsumen/pelanggan, mengingat banyaknya industri sejenis yang berada di pasaran.

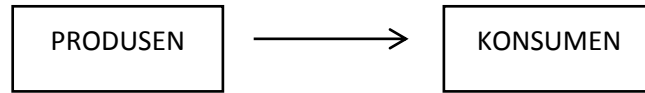
#### **4.3.3 Saluran Distribusi Produk/*Place***

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan atau mengirimkan barang atau produk yang telah diproduksi dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik.

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 bahkan dapat menghentikan usaha menyalurkan barang tersebut.

PD Prima Karya Abadi menggunakan 1 macam saluran disrtibusi, yaitu

1. Saluran langsung dari Produsen kepada konsumen, tanpa menggunakan perantara.



Untuk mendapatkan produk PD Prima Karya Abadi, konsumen dapat datang ke tempat produksi langsung yang berada di Jl. Raya Villa Regensi KP. Sangiang RT 004/01 Kel. Periuk Kec. Periuk, Kota Tangerangdengan segementasi pasar kalangan bawah ke atas.

#### **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. Dari laba yang diperoleh perusahaan bisa mengembangkan usahanya lebih luas, seperti membuka cabang atau anak perusahaan. Berikut adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh PD Prima Karya Abadi :

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 pembuatan kusen, daun pintu, jendela dan benda furniture yang lain. Apabila konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, maka biasanya konsumen tersebut akan merekomendasikan perusahaan kita kepada masyarakat.

2. Melalui internet

Salah satu cara promosi yang paling mudah dan tidak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Dimana saja dan kapan saja semua orang dapat mengakses internet karena zaman sekarang sudah banyak tersedia telepon genggam yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan untuk mengakses internet. Oleh karena itu, PD Prima Karya Abadi memilih promosi lewat internet.

Salah satu pegawai PD Prima Karya Abadi yang bekerja di bagian keuangan sangat aktif mempromosikan produk-produk dari PD Prima Karya Abadi di sosial media. Perusahaan ini memberikan informasi mengenai produk yang dijualnya, disertai gambar model-model produk, juga *contact person* yang dapat dihubungi jika ingin membeli produk dari PD Prima Karya Abadi.

3. Brosur dan kartu nama

Dengan banyaknya langganan PD Prima Karya Abadi, hal tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memberikan kartu nama dan brosur, sehingga pelanggan tersebut dapat terus mengorder produk di PD Prima Karya Abadi. Oleh karena itu, PD Prima Karya Abadi rutin memesan brosur dan kartu nama pada perusahaan percetakan.

#### 4. Potongan harga

PD Prima Karya Abadi 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. Berikut ini adalah biaya promosi yang dikeluarkan PD Prima Karya Abadi terhitung dari tahun 2011 - 2015, yaitu:

Tabel IV.6. Biaya Promosi PD Prima Karya Abadi

Keterangan	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
1. Pulsa modem	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.800.000	1.800.000
2. Brosur	650.000	650.000	650.000	680.000	700.000
3. Kartu nama	300.000	300.000	300.000	300.000	350.000
<b>Total biaya</b>	<b>2.150.000</b>	<b>2.150.000</b>	<b>2.150.000</b>	<b>2.780.000</b>	<b>2.850.000</b>

Sumber: PD Prima Karya Abadi

#### 4.3.5 Pembelian

PD Prima Karya Abadi menjalankan 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 PD Prima Karya Abadi berhasil dijalankan.

Pembelian konsumen ke PD Prima Karya Abadi dilakukan dengan menggunakan saluran distribusi langsung, yaitu produk yang langsung disalurkan ke konsumen.

Sedangkan untuk administrasi yang dilakukan oleh perusahaan ini dengan konsumen dilakukan dengan cara administrasi yang digunakan adalah dengan menggunakan pencatatan daftar pembelian disertai dengan bon maupun kwitansi pembelian. Dalam proses tersebut PD

Prima Karya Abadi akan menerima uang DP agar produk dapat langsung di proses. Dan pelunasan akan dilakukan ketika produk dihantarkan langsung ke tempat konsumen.

#### 4.3.6 Data Penjualan

PD Prima Karya Abadi dalam penjualannya kepada konsumen dilakukan dengan menjual langsung produknya kepada konsumen, penjualan tersebar di Jabodetabek. Penjualan atau pembelian produk oleh konsumen dapat dilakukan dengan melalui telepon atau datang langsung ke tempat produksi. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan dapat lebih mudah mendapatkan produk PD Prima Karya Abadi.

Tabel IV.7. Penjualan Selama 5 tahun

Tahun	Produk kusen, pintu dan jendela			
	Kusen	Pintu	jendela	penjualan
2011	Rp. 430.500.000	Rp. 420.400.000	Rp189.900.000	Rp1.040.800.000
2012	Rp. 430.200.000	Rp.390.000.000	Rp.440.150.000	Rp1.260.350.000
2013	Rp.300.400.000	Rp640.000.000	Rp.339.900.000	Rp1.280.300.000
2014	Rp.410.000.000	Rp410.000.000	Rp210.000.000	Rp1.310.000.000
2015	Rp.423.000.000	Rp532.500.000	Rp205.500.000	Rp1.350.500.000

#### 4.4 Aspek Produksi

##### 4.4.1 Jenis Produk yang diproduksi PD Prima Karya Abadi

###### a. Kusen

Kusen merupakan bagian dari konstruksi pada dinding bangunan yang mempunyai fungsi perletakan dan duduknya daun pintu dan daun jendela. Kusen pintu dan jendela merupakan penghubung antar ruang dan berfungsi juga untuk sirkulasi udara segar antar ruang serta kemungkinan sinar atau cahaya matahari yang menambahkan suasana interior menjadi nyaman dan segar.

### **b. Pintu**

Pintu merupakan alat penghubung untuk keluar masuk bangunan. Jadi pintu termasuk peralatan yang sangat dibutuhkan didalam membuat bangunan. Secara umum pintu memiliki fungsi sebagai penghubung antar ruang yang saling terpisahkan secara permanen. Selain itu, pintu juga berfungsi sebagai penjaga privasi serta keamanan sebuah rumah. Dengan adanya pintu maka orang tidak bisa masuk sembarangan dirumah kita. Pintu juga memiliki nilai estetika. Pintu bisa dibuat sesuai dengan selera, mulai dari motif dan warna pintu yang diinginkan.

### **c. Jendela**

Jendela merupakan bagian dari elemen atau unsur rumah dan bangunan yang dapat memasukkan cahaya alami atau sirkulasi udara dari dalam dan luar bangunan. Selain itu, jendela juga berfungsi sebagai penjaga privasi rumah, yauti sebagai pemisah antar ruang dalam bangunan atau pemisah antara ruang dengan ruang dalam bangunan. Jendela juga memiliki nilai estetika yang dimana jendela bisa dibentuk sesuai dengan tema bangunan yang diinginkan.

## **4.4.2 Mesin dan Peralatan**

Untuk memenuhi kebutuhan didalam memproduksi produknya PD Prima Karya Abadi 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 PD Prima Karya Abadi dalam membuat kusen, pintu, dan jendela.

Tabel IV.8. Data Mesin Dalam Proses Produksi

No.	Nama Mesin	Jumlah
1.	Mesin bor	4
2.	Mesin planer	3
3.	Mesin serutan profile	2
4.	Mesin perusut/marking gauge	1
5.	Mesin circular saw	1

Sumber : PD Prima Karya Abadi

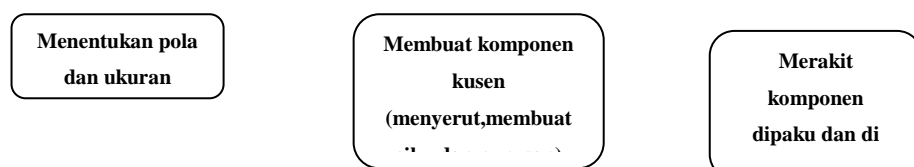
#### 4.4.3 Proses Produksi

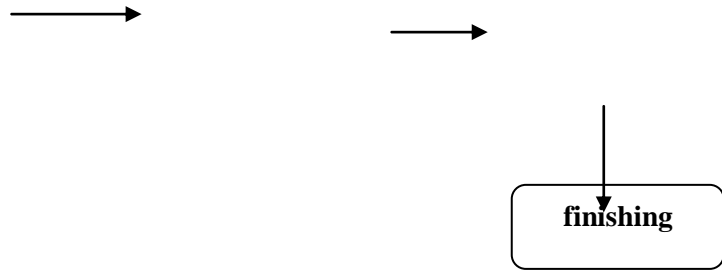
Proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, peralatan, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Proses produksi adalah kegiatan mengolah masukan (input, sumber daya produksi)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

##### A. Proses Produksi kusen pintu dan jendela

Berikut adalah proses produksi kusen pintu dan jendela PD Prima Karya Abadi :

Gambar 4.3 Diagram Alur Produksi kusen pintu dan jendela





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

### **1. Menggambar pola**

Pekerja menggambar pola sesuai dengan model kusen yang akan dibuat di atas kertas dengan menggunakan pen hitam. Bentuk dan ukuran di tulis agar tidak salah pengerjaan, dan sesuai dengan permintaan konsumen. Setelah pola yang digambar diatas karton tadi selesai, kemudian pekerja mulai menyiapkan peralatan dan bahan baku.

### **2. Membuat komponen kusen**

Permukaan balok diserut dengan kedua sisinya supaya lurus serta halus. Dan menentukan siku kayu. Dan juga membuat *sekonengan* dengan menggunakan mesin profil sesuai dengan ketebalan pintu. Lalu membuat purusan untuk bagian bawah, dan buat lubang purusan untuk bagian atas dengan menggunakan prusut. dan di beri lubang untuk mempermudah proses perakitan. Dan membuat prostekan dengan menggunakan pahat dengan sudut 45 derajat.

### **3. Perakitan komponen kusen**

Setelah komponen selesai dibuat, kemudian komponen tersebut dirakit, dengan menggunakan lem pada bagian-bagian kayu lalu diperkuat dengan paku ukuran 9 atau 10 cm.

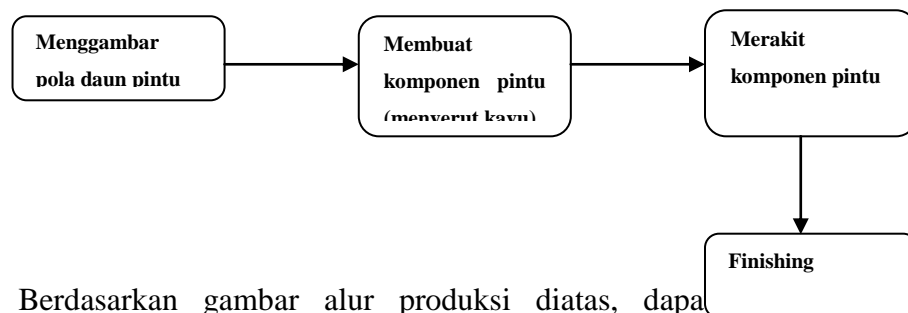
#### 4. Finishing

Setelah komponen-komponen sudah di rakit, kusen kayu akan di amplas dengan mesin dengan ukuran amplas no 80 sampai 100. Kusen pintu atau jendela sudah siap untuk dipasarkan.

#### B. Proses produksi daun pintu

Berikut adalah proses produksi daun pintu PD Prima Karya Abadi :

Gambar 4.4 Diagram Alur Produksi daun pintu.



Berdasarkan gambar alur produksi diatas, dapat disimpulkan bahwa proses produksi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

##### 1. Menggambar pola daun pintu

Pekerja menggambar pola sesuai dengan model pintu yang akan dibuat di atas kertas dengan menggunakan pen hitam. Bentuk dan ukuran di tulis agar tidak salah pengerjaan, dan sesuai dengan permintaan konsumen. Setelah pola yang digambar diatas karton tadi selesai, kemudian pekerja mulai menyiapkan peralatan dan bahan baku.

##### 2. Membuat komponen pintu

Menyerut dan meratakan seluruh komponen frame hingga memiliki ketebalan yang sama. Kemudian membuat komponen panel untuk membuat frame pada daun pintu.

##### 3. Merakit komponen pintu

Mengolesi dengan lem kayu pada seluruh komponen kayu satu per satu (*pada tenon dan mortise*).Lalu komponen-komponen tersebut dirangkai menjadi satu dengan menggunakan lem kayu dan paku.

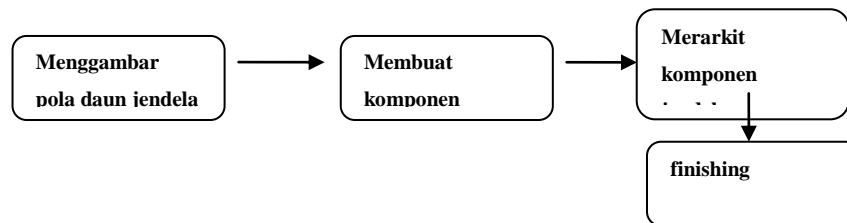
#### 4. Finishing

Proses finishing adalah proses akhir dalam pemuatan daun pintu. Proses ini dilakukan pengecekan kekuatan komponen pintu dan penghalusan daun pintu dengan menggunakan amplas.

### C. Proses produksi daun jendela

Berikut adalah proses produksi daun jendela PD Prima Karya Abadi :

Gambar 4.5 Diagram Alur Produksi daun jendela.



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

#### 1. Menggambar pola

Pekerja menggambar pola sesuai dengan model pintu yang akan dibuat di atas kertas dengan menggunakan pen hitam. Bentuk dan ukuran di tulis agar tidak salah pengerjaan, dan sesuai dengan permintaan konsumen. Setelah pola yang digambar diatas karton tadi selesai, kemudian pekerja mulai menyiapkan peralatan dan bahan baku.

#### 2. Membuat komponen daun jendela

Menyerut dan meratakan seluruh komponen frame hingga memiliki ketebalan yang sama. Kemudian membuat komponen panel untuk membuat frame pada daun jendela.

#### 3. Merakit komponen jendela

Komponen jendela yang sudah dibuat kemudian dirakit dan disatukan dengan menggunakan lem dan paku. Untuk pemasangan kaca dapat dilakukan dengan menyesuaikan ukuran daun jendela, yaitu sesuai dengan selera pelanggan.

#### **4. Finishing**

Proses finishing adalah proses akhir dalam pemuatan daun jendela. Proses ini dilakukan pengecekan kekuatan komponen jendela dan penghalusan daun jendela dengan menggunakan amplas. Pengecekan sangat penting dilakukan agar pelanggan mendapatkan nilai kepuasan.

### **4.5 Aspek Keuangan**

Pada bidang keuangan akan membahas tentang biaya investasi dan modal kerja yang dibutuhkan serta sumber pendanaan untuk pembiayaan operasional PD Prima Karya Abadi 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 PD Prima Karya Abadi**

Kebutuhan investasi untuk pendirian pabrik ini sebesar Rp 364.146.000 dengan perincian sebagai berikut :

1. Tanah Rp 100.000.000

2. Bangunan:
- Jenis bangunan: Gedung
  - Sifat bangunan: Permanen
  - Nilai Rp 125.000.000

3. Mesin:
- Mesin Planer (3) Rp.3.600.000
  - Mesin serutan profile (2) Rp.1.400.000
  - Perusut/ Marking Gauge (1) Rp. 350.000
  - Circular saw / Table Saw (1) Rp.3.300.000
  - Mesin bor (4) Rp.2.600.000 +
- 
- Total nilai Rp 11.250.000

4. Peralatan:
- Kertas buku tulis (1lusin) Rp. 30.000
  - Pensil (1 lusin) Rp. 24.000
  - Spidol hitam ( 1 lusin ) Rp. 60.000
  - Penghapus ( 1 lusin ) Rp. 18.000
  - Penggaris panjang (5) Rp. 10.000
  - Penggaris siku (3) Rp. 24.000
  - Meteran (4) Rp. 160.000
  - Martil (4) Rp. 260.000
  - Pahat (6) Rp. 110.000 +
- 
- Total nilai Rp. 696.000

5. Inventarisasi kantor:
- Meja kerja (2 set) Rp 3.000.000
  - AC (1) Rp 2.500.000

- Kipas angin (3)	Rp 300.000
- Dispenser (2)	Rp 700.000
- Komputer (1)	Rp 3.000.000
- Printer (1)	Rp 850.000
- Telepon	Rp 150.000 +
Total nilai	<u>Rp 10.500.000</u>
6. Alat tulis kantor	Rp 2.500.000
7. Kendaraan:	
- Mobil pick-up	Rp 100.000.000
8. Biaya pra operasi:	
- Biaya perizinan	Rp 4.200.000
- Biaya produksi percobaan	Rp 15.000.000 +
Total nilai	<u>Rp 19.200.000 +</u>
<b>Jumlah modal awal</b>	<b>Rp 364.146.000</b>

Modal awal yang dikeluarkan oleh Bapak H. Ade Jaya dalam mendirikan PD Prima Karya Abadi yaitu sebesar Rp 364.146.000 (*tiga ratus enam puluh empat juta se ratus empat puluh enam 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 PD Prima Karya Abadi (bukan nilai sekarang).

#### 4.5.2 Biaya Penyusutan dan Amortisasi

Tabel IV.9. Biaya Penyusutan dan Amortisasi

<b>Aktiva</b>	<b>Harga Perolehan</b>	<b>Umur Ekonomis</b>	<b>Nilai Sisa</b>	<b>Penyusutan/tahun</b>	<b>Tahun Pembelian</b>
Tanah	Rp100.000.000				2004
Bangunan	Rp125.000.000	25 tahun	Rp 55.000.000	Rp5.000.000 (4%)	2004
Mesin	Rp11.250.000	10 tahun	Rp 9.000.000	Rp1.125.000 (10%)	2007
Peralatan	Rp 696.000	2 tahun	Rp 348.000	Rp 348.000 (50%)	2014
Kendaraan mobil pick-up	Rp100.000.000	10 tahun	Rp 70.000.000	Rp10.000.000 (10%)	2008
Inventaris Kantor:	Rp 10.500.000	10 tahun	Rp 5.250.000	Rp 1.050.000 (10%)	2010
Amortisasi dokumen Perizinan	Rp 4.200.000	5 tahun	-	Rp 840.000 (20%)	2013
<b>Total Penyusutan dan Amortisasi</b>				<b>Rp18.363.000</b>	

### 4.5.3 Harga Pokok Penjualan

Tabel IV.10. Tabel Harga Pokok Penjualan

Rincian	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
A. Pemakaian Bahan Baku:					
1. Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 3.150.000	Rp10.245.000	Rp19.550.000	Rp12.825.000	Rp17.720.000
2. Pembelian Bahan Baku	Rp682.800.000	Rp700.548.000	Rp715.050.000	Rp740.225.000	Rp750.254.000
3. Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	Rp685.950.000	Rp690.303.000	Rp695.500.000	Rp727.400.000	Rp767.974.000
4. Persediaan Akhir Bahan Baku	Rp10.245.000	Rp19.550.000	Rp12.825.000	Rp10.750.000	Rp14.940.000
<b>Total Pemakaian Bahan Baku (A)</b>	Rp675.705.000	Rp670.753.000	Rp682.675.000	Rp716.650.000	Rp753.034.000
<b>B. Biaya Upah Pekerja Langsung (B)</b>	Rp120.000.000	Rp120.000.000	Rp120.000.000	Rp120.000.000	Rp120.000.000
<b>C. Biaya Overhead Pabrik</b>	Rp30.400.000	Rp34.200.000	Rp35.800.000	Rp36.000.000	Rp40.600.000
<b>Harga Pokok Produksi (A+B+C)</b>	Rp826.105.000	Rp824.953.000	Rp838.475.000	Rp872.650.000	Rp913.634.000
1. Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 0	Rp 0	Rp 0	Rp 0	Rp 0
2. Barang Jadi Siap Dijual (D)	Rp826.105.000	Rp824.953.000	Rp838.475.000	Rp872.650.000	Rp913.634.000
3. Persediaan Akhir Barang Jadi (E)	Rp 0	Rp 0	Rp 0	Rp 0	Rp 0
<b>Harga Pokok</b>	Rp826.105.000	Rp824.953.000	Rp838.475.000	Rp872.650.000	Rp913.634.000

<b>Penjualan (D-E)</b>					
------------------------	--	--	--	--	--

Tabel IV.11. Laporan Rugi/Laba PD Prima Karya Abadi

**LAPORAN RUGI/LABA**  
**PD PRIMA KARYA ABADI**

**Periode Desember 2011 – Desember 2015**

KETERANGAN	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>A. HASIL</b>					
<b>PENJUALAN/PENDAPATAN</b>	1.040.800.000	1.260.350.000	1.280.300.000	1.310.000.000	1.350.500.000
<b>B. HARGA POKOK PENJUALAN:</b>	826.105.000	838.475.000	788.470,000	848,292,000	911,434,000
<b>C. LABA KOTOR (A-B)</b>	214.695.000	421.875.000	490.830.000	461.708.000	439.066.000
<b>D. BIAYA USAHA:</b>					
Biaya gaji karyawan	96.000.000	96.000.000	96.000.000	96.000.000	96.000.000
Suplai kantor (ATK)	2.500.000	2.500.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000
Biaya pemasaran	66.650.000	67.150.000	67.150.000	68.680.000	69.050.000
<b>Biaya usaha sebelum penyusutan</b>	165.150.000	165.650.000	165.750.000	167.280.000	167.650.000
Penyusutan & Amortisasi	18.363.000	18.363.000	18.363.000	18.363.000	18.363.000
<b>Total Biaya Usaha</b>	183.513.000	184.013.000	184.113.000	185.643.000	186.013.000
<b>E. LABA USAHA (C-D)</b>	31.182.000	237.862.000	306.717.000	276.065.000	253.053.000
<b>F. BIAYA BUNGA PINJAMAN</b>	-	-	-	-	-
<b>G. LABA SEBELUM PAJAK (E-F)</b>	31.182.000	237.862.000	306.717.000	276.065.000	253.053.000

<b>H. PAJAK (10%)</b>	311.820	2.378.620	3.067.170	2.760.650	2.530.530
<b>I. LABA BERSIH (G-H)</b>	30.870.180	235.483.380	303.649.830	273.304.350	250.522.470

Tabel IV.12. Laporan Perubahan Modal PD Prima Karya Abadi

**LAPORAN PERUBAHAN MODAL  
TAHUN 2011 – TAHUN 2015**

KETERANGAN	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Modal awal</b>	515.904.000	471.774.180	607.257.560	760.907.390	834.211.740
<b>Penambahan:</b>					
Laba setelah pajak	30.870.180	235.483.380	303.649.830	273.304.350	250.522.470
Modal setelah penambahan	546.774.180	707.257.560	910.907.390	1.034.211.740	1.084.734.210
<b>Pengurangan:</b>					
Prive	75.000.000	100.000.000	150.000.000	200.000.000	250.000.000
<b>Modal akhir</b>	471.774.180	607.257.560	760.907.390	834.211.740	834.734.210

**LAPORAN NERACA**  
**PD PRIMA KARYA ABADI**  
**Per 31 Desember 2011 -31 Desember 2015**

Tabel IV.13 Laporan Neraca PD Prima Karya Abadi

No.	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
A.	AKTIVA					
1	Aktiva Lancar:					
	<b>Kas</b>	<b>Rp 110.922.180</b>	<b>Rp 863.652.740</b>	<b>Rp 1.806.458.130</b>	<b>Rp 2.875.662.870</b>	<b>Rp 3.998.740.080</b>
	Persed. Bahan Baku	Rp 10.245.000	Rp 19.550.000	Rp 12.825.000	Rp 10.750.000	Rp 14.940.000
	Persed. Barang Jadi	-	-	-	-	-
	<b>Total Aktiva Lancar</b>	<b>Rp 121.167.180</b>	<b>Rp 883.202.740</b>	<b>Rp 1.819.283.130</b>	<b>Rp 2.886.412.870</b>	<b>Rp 4.013.680.080</b>
	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 125.000.000	Rp 125.000.000	Rp 125.000.000	Rp 125.000.000	Rp 125.000.000
	Akum. Penyusutan	Rp 90.000.000	Rp 85.000.000	Rp 80.000.000	Rp 75.000.000	Rp 70.000.000

	<b>Nilai Buku</b>	<b>Rp 35.000.000</b>	<b>Rp 40.000.000</b>	<b>Rp 45.000.000</b>	<b>Rp 50.000.000</b>	<b>Rp 55.000.000</b>
	Mesin dan Peralatan	Rp 11.946.000	Rp 11.946.000	Rp 11.946.000	Rp 11.946.000	Rp 11.946.000
	Akum. Penyusutan	Rp 4.929.000	Rp 6.402.000	Rp 7.875.000	Rp 9.348.000	Rp 10.821.000
	<b>Nilai Buku</b>	<b>Rp 7.017.000</b>	<b>Rp 5.544.000</b>	<b>Rp 4.071.000</b>	<b>Rp 2.598.000</b>	<b>Rp 1.125.000</b>
	Inventaris Kantor	Rp 10.500.000	Rp 10.500.000	Rp 10.500.000	Rp 10.500.000	Rp 10.500.000
	Akum.Penyusutan	Rp 9.450.000	Rp 8.400.000	Rp 7.350.000	Rp 6.400.000	Rp 5.250.000
	<b>Nilai Buku</b>	<b>Rp 1.050.000</b>	<b>Rp 2.100.000</b>	<b>Rp 3.150.000</b>	<b>Rp 4.100.000</b>	<b>Rp 5.250.000</b>
	Kendaraan	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 100.000.000
	Akumulasi Penyusutan	Rp 30.000.000	Rp 40.000.000	Rp 50.000.000	Rp 60.000.000	Rp 70.000.000
	<b>Nilai Buku</b>	<b>Rp 70.000.000</b>	<b>Rp 60.000.000</b>	<b>Rp 50.000.000</b>	<b>Rp 40.000.000</b>	<b>Rp 30.000.000</b>
	<b>Total Aktiva Tetap</b>	<b>Rp 113.067.000</b>	<b>Rp 107.644.000</b>	<b>Rp 102.221.000</b>	<b>Rp 96.698.000</b>	<b>Rp 91.375.000</b>
3	Aktiva Tak Berwujud					
	Dokumen Surat	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000	Rp 4.200.000
	Akum. Penyusutan	Rp 3.360.000	Rp 4.200.000	Rp 840.000	Rp 1.680.000	Rp 2.520.000
	<b>Harta Tetap Tak Berwujud</b>	<b>Rp 840.000</b>	<b>-</b>	<b>Rp 3.360.000</b>	<b>Rp 2.520.000</b>	<b>Rp 1.680.000</b>

	<b>TOTAL AKTIVA (1+2+3)</b>	<b>Rp 235.074.180</b>	<b>Rp 990.846.740</b>	<b>Rp 1.924.864.130</b>	<b>Rp 2.985.630.870</b>	<b>Rp 4.106.735.080</b>
B.	<b>PASSIVA</b>					
1.	<b>Hutang Lancar</b>					
	Hutang dagang	-	-	-	-	-
	Hutang Bank jangka pendek	-	-	-	-	-
	Hutang lain-lain	-	-	-	-	-
2.	<b>Hutang Jangka Panjang</b>					
	Kredit modal kerja	-	-	-	-	-
	Kredit investasi	-	-	-	-	-
	<b>Total Hutang (1+2)</b>	-	-	-	-	-
3.	<b>Modal Sendiri</b>					
	<b>Total Modal</b>	<b>Rp235.074.180</b>	<b>Rp 990.846.740</b>	<b>Rp 990.846.740</b>	<b>Rp 2.985.630.870</b>	<b>Rp 4.106.735.080</b>
	<b>TOTAL PASSIVA (1+2+3)</b>	<b>Rp235.074.180</b>	<b>Rp 990.846.740</b>	<b>Rp 990.846.740</b>	<b>Rp 2.985.630.870</b>	<b>Rp 4.106.735.080</b>

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisis Data

Berdasarkan data yang telah diuraikan di atas, penulis melihat adanya permasalahan pada produk kusen, pintu dan jendela pada PD Prima Karya Abadi, secara khusus pada bidang pemasaran yaitu tentang pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap penjualan. Sebelum melakukan pembahasan atau analisis data, penulis telah menyiapkan dan menyebarkan kuesioner pada 67 responden yaitu konsumen yang membeli kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi. 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	34	57,1%
Perempuan	33	42,9%
Jumlah	67	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

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<20 tahun	27	35,1%
20-35 tahun	30	51,9%
>35 tahun	10	13,0%
Jumlah	67	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

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<Rp500.000	4	5,2%
Rp600.000-Rp1.000.000	15	19,5%
Rp1.000.000-Rp2.000.000	23	29,9%
>Rp2.000.000	25	45,5%
Jumlah	67	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	20	26,0%
Pegawai Negeri	9	11,7%
Pegawai Swasta	30	51,9%
Wiraswasta	8	10,4%
Jumlah	67	100%

Sumber data responden diolah

berdasarkan hasil deskripsi responden diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata konsumen yang membeli produk kusen, pintu, dan jendela pada PD Prima Karya Abadi adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan jenis kelamin : Laki-laki
- b. Berdasarkan usia : 20-35 tahun
- c. Berdasarkan uang saku : >Rp2.000.000
- d. Berdasarkan pekerjaan : Pegawai Swasta

#### 5.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan *spss*(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.

- Kualitas Layanan (X1)

Tabel V.5

Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

<b>Pernyataan</b>	<b>R tabel</b>	<b>R hitung</b>	<b>Validitas</b>
Butir 1	0,242	0,683	Valid
Butir 2	0,242	0,749	Valid
Butir 3	0,242	0,581	Valid

Sumber pengolahan data (lampiran)

- Kualitas Produk (X2)

Tabel V.6

Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

<b>Pernyataan</b>	<b>R tabel</b>	<b>R hitung</b>	<b>Validitas</b>
Butir 1	0,242	0,672	Valid
Butir 2	0,242	0,581	Valid
Butir 3	0,242	0,581	Valid

Sumber pengolahan data (lampiran)

- Penjualan (Y)

Tabel V.7  
Uji Validitas Penjualan (Y)

Pernyataan	R tabel	R hitung	Validitas
Butir 1	0,242	0,611	Valid
Butir 2	0,242	0,672	Valid
Butir 3	0,242	0,611	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 0,242. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan memiliki reliabilitas yang memadai. Berikut ini adalah analisis hasil perhitungan uji reliabilitas. (lampiran data diolah dari hasil perhitungan *spss 20*)

Dari hasil diatas diperoleh nilai reliabilitas 0,885. Berdasarkan nilai tersebut karena sudah  $r_{hitung} = 0,885 > r_{tabel} = 0,242$ . Instrumen ini dapat dikatakan reliabel dan bisa digunakan dalam rangka pengumpulan data.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.885	.887	9

### Inter-Item Correlation Matrix

	Pelayanan cepat	Pelayana n pegawai	Kesan	Keandalan	Esterika	Daya tahan	Daya	Selera	Persepsi
Pelayanan cepat	1.000	.863	.171	.445	.171	.171	.899	.445	.899
Pelayanan Pegawai	.863	1.000	.269	.573	.269	.269	.765	.573	.765
Kesan	.171	.269	1.000	.356	1.000	1.000	.099	.356	.099
Keandalan	.445	.573	.356	1.000	.356	.356	.371	1.000	.371
Esterika	.171	.269	1.000	.356	1.000	1.000	.099	.356	.099
Daya tahan	.171	.269	1.000	.356	1.000	1.000	.099	.356	.099
Daya	.899	.765	.099	.371	.099	.099	1.000	.371	1.000
Selera	.445	.573	.356	1.000	.356	.356	.371	1.000	.371
Persepsi	.899	.765	.099	.371	.099	.099	1.000	.371	1.000

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan cepat	32.72	31.812	.683	.869
Pelayanan pegawai	32.58	31.611	.749	.864
Kesan	32.85	32.099	.581	.877
Keandalan	32.81	30.280	.672	.869
Esterika	32.85	32.099	.581	.877
Daya tahan	32.85	32.099	.581	.877
Daya	32.73	32.260	.611	.874
Selera	32.81	30.280	.672	.869
Persepsi	32.73	32.260	.611	.874

### 5.1.3 Analisis Korelasi

#### a. Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien berganda ini bertujuan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Penjualan ( $Y$ ). Berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$R_{X_1X_2} = \sqrt{\frac{r^2_{X_1Y} + r^2_{X_2Y} - 2(r_{X_1Y})(r_{X_2Y})(r_{X_1X_2})}{1 - r^2_{X_1X_2}}}$$

#### 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:

$$KP = R_{X_1X_2} \cdot 100\%$$

Sebelum mencari nilai koefisien penentuan, perlu juga dicari nilai korelasi linear sederhana antara tiap variabel, hal ini untuk mengetahui

hubungan antara tiap-tiap variabel yang ada secara satu persatu, misalnya korelasi  $X_1$  dan  $Y$ , korelasi antara  $X_2$  dan  $Y$ , korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$

Tabel V.8

Tabel Penolong Untuk Menghitung Korelasi Berganda

No Responden	$X_1$	$X_2$	$Y$	$X_1 \cdot X_2$	$X_1 \cdot Y$	$X_2 \cdot Y$	$X_1^2$	$X_2^2$	$Y^2$
1	14	13	15	182	210	195	196	169	225
2	14	12	14	168	196	168	196	144	196
3	14	12	14	168	196	168	196	144	196
4	15	15	15	225	225	225	225	225	225
5	6	8	8	48	48	64	36	64	64
6	11	10	12	110	132	120	121	100	144
7	13	15	13	195	169	195	169	225	169
8	15	14	14	210	210	196	225	196	196
9	13	15	13	195	169	195	169	225	169
10	14	12	14	168	196	168	196	144	196
11	10	7	11	70	110	77	100	49	121
12	14	12	14	168	196	168	196	144	196
13	8	10	6	80	48	60	64	100	36
14	8	10	6	80	48	60	64	100	36
15	14	13	15	182	210	195	196	169	225
16	14	13	15	182	210	195	196	169	225
17	13	15	13	195	169	195	169	225	169
18	15	14	14	210	210	196	225	196	196
19	13	15	13	195	169	195	169	225	169
20	10	7	11	70	110	77	100	49	121
21	13	15	13	195	169	195	169	225	169
22	10	6	10	60	100	60	100	36	100
23	8	10	6	80	48	60	64	100	36
24	14	12	14	168	196	168	196	144	196
25	12	12	12	144	144	144	144	144	144
26	12	13	13	156	156	169	144	169	169

27	13	15	13	195	169	195	169	225	169
28	12	10	10	120	120	100	144	100	100
29	10	5	5	50	50	25	100	25	25
30	15	15	15	225	225	225	225	225	225
31	14	12	13	168	182	156	196	144	169
32	10	9	13	90	130	117	100	81	169
33	15	14	14	210	210	196	225	196	196
34	8	5	5	40	40	25	64	25	25
35	12	12	12	144	144	144	144	144	144
36	12	12	12	144	144	144	144	144	144
37	15	14	14	210	210	196	225	196	196
38	14	13	15	182	210	195	196	169	225
39	14	5	11	70	154	55	196	25	121
40	14	13	15	182	210	195	196	169	225
41	14	13	15	182	210	195	196	169	225
42	10	8	12	80	120	96	100	64	144
43	12	12	14	144	168	168	144	144	196
44	14	13	13	182	182	169	196	169	169
45	14	13	13	182	182	169	196	169	169
46	12	12	12	144	144	144	144	144	144
47	10	8	12	80	120	96	100	64	144
48	14	13	15	182	210	195	196	169	225
49	12	12	14	144	168	168	144	144	196
50	14	13	13	182	182	169	196	169	169
51	8	7	11	56	88	77	64	49	121
52	13	14	12	182	156	168	169	196	144
53	13	14	8	182	104	112	169	196	64
54	13	14	12	182	156	168	169	196	144
55	12	12	12	144	144	144	144	144	144
56	12	12	14	144	168	168	144	144	196
57	14	13	15	182	210	195	196	169	225
58	14	13	15	182	210	195	196	169	225
59	14	15	13	210	182	195	196	225	169
60	11	9	13	99	143	117	121	81	169
61	9	11	7	99	63	77	81	121	49
62	14	15	13	210	182	195	196	225	169

63	14	15	13	210	182	195	196	225	169
64	13	14	12	182	156	168	169	196	144
65	13	14	12	182	156	168	169	196	144
66	12	15	9	180	108	135	144	225	81
67	14	15	13	210	182	195	196	225	169
JUMLAH	834	803	822	10272	10518	10117	10680	10135	10528

### 1. Analisis korelasi $X_1$ terhadap $Y$

$$r_{x_1y} = \frac{n \cdot \sum x_1 Y - \sum x_1 \cdot \sum Y}{\sqrt{[n \cdot \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2][n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{67(10518) - 834 \cdot 822}{\sqrt{[67 \cdot 10680 - (834)^2][67 \cdot 10528 - (822)^2]}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{19158}{\sqrt{(20004)(29692)}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{19158}{\sqrt{593958768}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{19158}{24371,269}$$

$$r_{x_1y} = \mathbf{0,786}$$

Untuk mengetahui apakah adakorelasi antara kualitas layanan dengan penjualan maka perlu dilakukan uji statistik dengan rumus berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{0,786\sqrt{(67-2)}}{1-(0,786)^2} = \frac{6,336}{0,383} = \mathbf{16,543}$$

$$t_{tabel} = \mathbf{1,670}$$
 (lampiran Tabel Uji t)

Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan ketentuan tingkat  $\alpha = 0,05$  (5%) maka, hasilnya yaitu **16,543 > 1,670** artinya ada korelasi yang signifikan antara kualitas layanan ( $X_1$ ) dengan penjualan (Y).

## 2. Analisis korelasi $X_2$ terhadap Y

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

$$rx_2y = \frac{67(10117) - 803 \cdot 822}{\sqrt{[67 \cdot 10135 - (803)^2][67 \cdot 10528 - (822)^2]}}$$

$$rx_2y = \frac{17773}{\sqrt{(34236)(29692)}}$$

$$rx_2y = \frac{17773}{\sqrt{1016535312}}$$

$$rx_2y = \frac{17773}{31883,15}$$

$$rx_2y = \mathbf{0,557}$$

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

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{0,557 \sqrt{(67-2)}}{1-(0,557)^2} = \frac{4,490}{0,830} = \mathbf{5,40}$$

$$t_{tabel} = \mathbf{1,670}$$
 (lampiran Tabel Uji t)

Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan ketentuan tingkat  $\alpha = 0,05$  (5%) maka, hasilnya yaitu **5,40 > 1,670** artinya ada korelasi yang signifikan antara kualitas produk ( $X_2$ ) dengan penjualan (Y).

### 3. Analisis korelasi $X_1$ dengan $X_2$

$$r_{x_1x_2} = \frac{n \cdot \sum x_1 x_2 - \sum x_1 \cdot \sum x_2}{\sqrt{[n \cdot \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2][n \cdot \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2]}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{67(10272) - 834 \cdot 803}{\sqrt{[67 \cdot 10680 - (834)^2][67 \cdot 10135 - (803)^2]}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{18522}{\sqrt{(20004)(34236)}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{18522}{\sqrt{684856944}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{18522}{26169,77}$$

$$r_{x_1x_2} = \mathbf{0,707}$$

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kualitas layanan dengan kualitas produk maka perlu dilakukan uji statistik dengan rumus berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{0,707\sqrt{(67-2)}}{1-(0,707)^2} = \frac{5,699}{0,707} = \mathbf{8,06}$$

$$t_{tabel} = \mathbf{1,670}$$
 (lampiran Tabel Uji t)

Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan ketentuan tingkat  $\alpha = 0,05$  (5%) maka, hasilnya yaitu **8,06 > 1,670** artinya ada korelasi yang signifikan antara Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dengan Kualitas Produk ( $X_2$ )

### 3. Koefisien Determinasi

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2x_1y + r^2x_2y - 2(r_{x_1y})(r_{x_2y})(r_{x_1x_2})}{1 - r^2x_1x_2}}$$

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{0,786^2 + 0,557^2 - 2(0,786)(0,557)(0,707)}{1 - (0,707)^2}}$$

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{0,308}{0,500}}$$

$$R_{x_1x_2y} = \mathbf{0,784}$$

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R^2 \cdot 100\% \\ &= (0,784)^2 \cdot 100\% \\ &= 0,6146 \times 100\% \\ &= \mathbf{61,46\%} \end{aligned}$$

Korelasi Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap penjualan (Y) dapat dikatakan tergolong sedang. Kontribusi langsung variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y hanya sebesar **61,46%**, sedangkan sisanya **38,54%** ditentukan oleh variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi korelasi ganda  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y dapat dilihat melalui Uji F sebagai berikut:

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



No Responden	$X_1$			$X_1 \cdot Y$					
	$X_2$	Y		$X_1 \cdot X_2$	$X_2 \cdot Y$	$X_2^2$	$Y^2$		
1	14	13	15	182	210	195	196	169	225
2	14	12	14	168	196	168	196	144	196
3	14	12	14	168	196	168	196	144	196
4	15	15	15	225	225	225	225	225	225
5	6	8	8	48	48	64	36	64	64
6	11	10	12	110	132	120	121	100	144
7	13	15	13	195	169	195	169	225	169
8	15	14	14	210	210	196	225	196	196
9	13	15	13	195	169	195	169	225	169
10	14	12	14	168	196	168	196	144	196
11	10	7	11	70	110	77	100	49	121
12	14	12	14	168	196	168	196	144	196
13	8	10	6	80	48	60	64	100	36
14	8	10	6	80	48	60	64	100	36
15	14	13	15	182	210	195	196	169	225
16	14	13	15	182	210	195	196	169	225
17	13	15	13	195	169	195	169	225	169
18	15	14	14	210	210	196	225	196	196
19	13	15	13	195	169	195	169	225	169
20	10	7	11	70	110	77	100	49	121
21	13	15	13	195	169	195	169	225	169
22	10	6	10	60	100	60	100	36	100
23	8	10	6	80	48	60	64	100	36
24	14	12	14	168	196	168	196	144	196
25	12	12	12	144	144	144	144	144	144
26	12	13	13	156	156	169	144	169	169
27	13	15	13	195	169	195	169	225	169
28	12	10	10	120	120	100	144	100	100

29	10	5	5	50	50	25	100	25	25
30	15	15	15	225	225	225	225	225	225
31	14	12	13	168	182	156	196	144	169
32	10	9	13	90	130	117	100	81	169
33	15	14	14	210	210	196	225	196	196
34	8	5	5	40	40	25	64	25	25
35	12	12	12	144	144	144	144	144	144
36	12	12	12	144	144	144	144	144	144
37	15	14	14	210	210	196	225	196	196
38	14	13	15	182	210	195	196	169	225
39	14	5	11	70	154	55	196	25	121
40	14	13	15	182	210	195	196	169	225
41	14	13	15	182	210	195	196	169	225
42	10	8	12	80	120	96	100	64	144
43	12	12	14	144	168	168	144	144	196
44	14	13	13	182	182	169	196	169	169
45	14	13	13	182	182	169	196	169	169
46	12	12	12	144	144	144	144	144	144
47	10	8	12	80	120	96	100	64	144
48	14	13	15	182	210	195	196	169	225
49	12	12	14	144	168	168	144	144	196
50	14	13	13	182	182	169	196	169	169
51	8	7	11	56	88	77	64	49	121
52	13	14	12	182	156	168	169	196	144
53	13	14	8	182	104	112	169	196	64
54	13	14	12	182	156	168	169	196	144
55	12	12	12	144	144	144	144	144	144
56	12	12	14	144	168	168	144	144	196
57	14	13	15	182	210	195	196	169	225
58	14	13	15	182	210	195	196	169	225

59	14	15	13	210	182	195	196	225	169
60	11	9	13	99	143	117	121	81	169
61	9	11	7	99	63	77	81	121	49
62	14	15	13	210	182	195	196	225	169
63	14	15	13	210	182	195	196	225	169
64	13	14	12	182	156	168	169	196	144
65	13	14	12	182	156	168	169	196	144
66	12	15	9	180	108	135	144	225	81
67	14	15	13	210	182	195	196	225	169
JUMLAH	834	803	822	10272	10518	10117	10680	10135	10528

Sumber Hasil Kuesioner Diolah

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

1. Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terhadap Penjualan ( $Y$ )

Menghitung Nilai Konstanta  $b_1$

$$b_1 = \frac{n \cdot (\sum X_1 y) - (\sum X_1)(\sum y)}{n \cdot (\sum X_1^2) - (\sum X_1)^2}$$
$$b_1 = \frac{67 \cdot (10518) - (834)(822)}{67 \cdot (10680) - (834)^2}$$
$$b_1 = \frac{704706 - 685548}{715560 - 695556}$$
$$b_1 = \frac{19158}{20004}$$
$$b_1 = 0,957$$

Menghitung Nilai Konstanta  $a_1$

$$a_1 = \frac{(\sum y) - b_1(\sum x_1)}{n}$$
$$a_1 = \frac{822 - 0,957(834)}{67}$$
$$a_1 = \frac{822 - 798,138}{67}$$
$$a_1 = \frac{23,862}{67}$$
$$a_1 = 0,356$$

2. Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Penjualan ( $Y$ )

Menghitung Nilai Konstanta  $b_2$

$$b_2 = \frac{n \cdot (\sum X_2 y) - (\sum X_2)(\sum y)}{n \cdot (\sum X_2^2) - (\sum X_2)^2}$$
$$b_2 = \frac{67 \cdot (10117) - (803)(822)}{67 \cdot (10135) - (803)^2}$$
$$b_2 = \frac{677839 - 660066}{679045 - 644809}$$
$$b_2 = \frac{17773}{34236}$$
$$b_2 = 0,519$$

Menghitung Nilai Konstanta  $a_2$

$$a_2 = \frac{(\sum y) - b_2(\sum x_2)}{n}$$
$$a_2 = \frac{822 - 0,519(803)}{67}$$
$$a_2 = \frac{822 - 416,757}{67}$$
$$a_2 = \frac{405,243}{67}$$
$$a_2 = 6,048 = 6,05$$

c. Membuat Persamaan Regresi Linier Sederhana

1.  $Y = a_1 + b_1 X_1$   
 $\hat{Y} = 0,356 + 0,957 X_1$

2.  $Y = a_2 + b_2 X_2$   
 $\hat{Y} = 6,05 + 0,519 X_2$

d. Menghitung Nilai Korelasi ( $r$ )

1. Hubungan Kualitas Layanan ( $X_1$ ) Terhadap Penjualan ( $Y$ )  
didapatkan hasil  $r_{X_1.Y} = 0,786$

2. Hubungan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Penjualan ( $Y$ )  
didapatkan hasil  $r_{X_2.Y} = 0,557$

e. Menghitung Koefisien Determinasi/Koefisien Penentuan

1. Menghitung nilai kontribusi Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terhadap Penjualan ( $Y$ )

$$KP = (r_{X_1.Y})^2 \times 100\%$$

$$KP = (0,786)^2 \times 100\%$$

$$KP = 0,617796 \times 100\%$$

$$KP = \mathbf{61,77\%}$$

Jadi, Kualitas Layanan berpengaruh terhadap penjualan sebesar **61,77%**

2. Menghitung nilai kontribusi Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Penjualan ( $Y$ )

$$KP = (r_{X_2.Y})^2 \times 100\%$$

$$KP = (0,557)^2 \times 100\%$$

$$KP = 0,310249 \times 100\%$$

$$KP = \mathbf{31,02\%}$$

Jadi, Penjualan dipengaruhi oleh Kualitas Produk sebesar **31,02%**

## Pengujian Signifikansi

Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terhadap Penjualan (Y); antara Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Penjualan (Y). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

### a. *Membuat hipotesis dalam bentuk uraian kalimat*

1.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terhadap Penjualan (Y).

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terhadap Penjualan (Y).

2.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Penjualan (Y).

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Penjualan (Y).

### b. *Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik*

1.  $H_0 : \alpha_1 = 0$

$H_a : \alpha_1 \neq 0$

2.  $H_0 : \alpha_2 = 0$

$H_a : \alpha_2 \neq 0$

### c. *Menentukan taraf signifikan $\alpha$*

Dalam kasus ini nilai  $\alpha = 5\%$

### d. *Kaidah pengujian*

Jika,  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka terima  $H_0$

Jika,  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka tolak  $H_0$

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

\*Tahapan menentukan  $t_{hitung}$

*Menghitung nilai  $t_{hitung}$*

1. Dari perhitungan Uji  $t_{hitung}$  didapatkan hasil 17,28

2. Dari perhitungan Uji  $t_{hitung}$  didapatkan hasil 17,74

*\*Menentukan nilai  $t_{tabel}$*

$t_{tabel} = 1,670$  (lampiran Tabel Uji t)

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

Tujuan membandingkan  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  adalah untuk mengetahui apakah  $H_0$  ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

Ternyata: 1.  $1,670 < 17,28$  sehingga **Tolak  $H_0$** .

2.  $1,670 < 17,74$  sehingga **Tolak  $H_0$** .

g. *Mengambil keputusan*

1) Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka **Tolak  $H_0$** . Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Penjualan.

2) Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka **Tolak  $H_0$** . Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Penjualan.

Gambar V.1

Diagram Uji t Kualitas Layanan ( $X_1$ ) Terhadap Penjualan (Y)

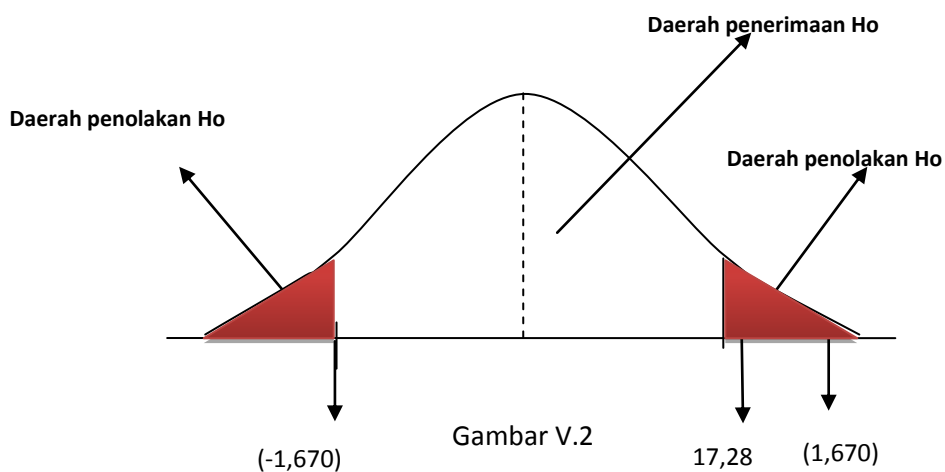
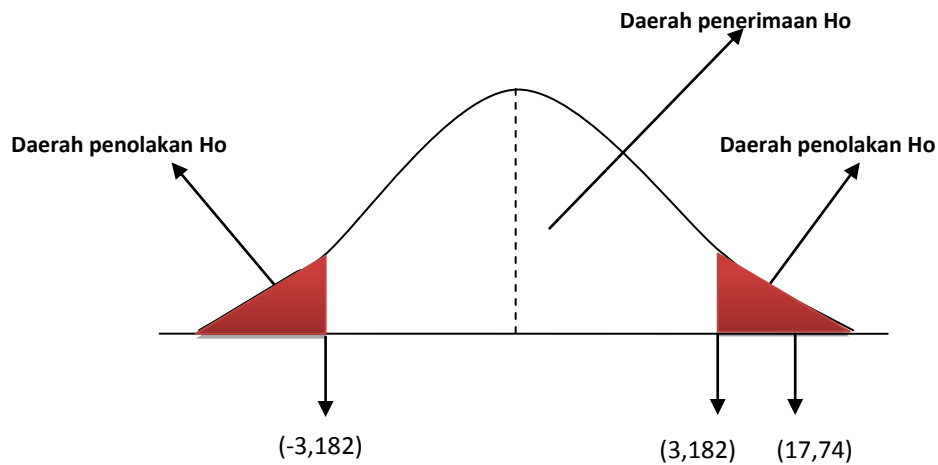


Diagram Uji t Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Penjualan (Y)



#### 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 Kualitas Layanan  $(X_1)$  dan Kualitas Produk  $(X_2)$ , sedangkan variabel terikatnya adalah Penjualan  $(Y)$ . Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan  $(X_1)$  dan Kualitas Produk  $(X_2)$  terhadap Penjualan  $(Y)$ , yaitu memakai rumus regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Penjualan

$a$  = Bilangan Konstanta

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

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = 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:

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

$$822 = 67a + 834b_1 + 803b_2 \quad (\text{Persamaan 1})$$

$$\sum X_1 Y = a \cdot \sum X_1 + b_1 \cdot \sum X_1^2 + b_2 \cdot \sum X_1 X_2$$

$$10518 = 834a + 10680b_1 + 10272b_2 \quad (\text{Persamaan 2})$$

$$\sum X_2 Y = a \cdot \sum X_2 + b_1 \cdot \sum X_1 X_2 + b_2 \cdot \sum X_2^2$$

$$10117 = 803a + 10272b_1 + 10135b_2 \quad (\text{Persamaan 3})$$

- Persamaan 1 dan 2

Persamaan 1 dikalikan 834 dan persamaan 2 dikalikan 67

$$685548 = 55878a + 695556b_1 + 669702b_2$$

$$\underline{704706 = 55878a + 715560b_1 + 688224b_2} \quad -$$

$$-19158 = -20004b_1 - 18522b_2 \quad (\text{Persamaan 4})$$

- Persamaan 1 dan 3

Persamaan 1 dikalikan 1044 dan persamaan 3 dikalikan 56

$$660066 = 53801a + 669702b_1 + 644809b_2$$

$$\underline{677839 = 53801a + 688224b_1 + 679045b_2} \quad -$$

$$-17773 = -18522b_1 - 34236b_2 \quad (\text{persamaan 5})$$

- Persamaan 4 dan 5

Persamaan 4 dikalikan -18522 dan persamaan 5 dikalikan -20004

$$354844476 = -370514088b_1 + 343064484b_2$$

$$\underline{355531096 = -370514088b_1 + 684856944b_2} \quad +$$

$$710375568 = 1027921428b_2$$

$$b_2 = 0,70$$

$b_2$  dimasukkan pada persamaan 4, untuk mengetahui  $b_1$ :

$$-19158 = -20004b_1 - 18522b_2$$

$$-19158 = -20004b_1 - 18522(0,70)$$

$$-19158 = -20004b_1 - 12965,4$$

$$20004b_1 = 19158 - 12965,4$$

$$b_1 = 6192,6 : 20004$$

$$b_1 = 0,31$$

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

$$822 = 67a + 834b_1 + 803b_2$$

$$822 = 67a + 834(0,31) + 1044(0,70)$$

$$822 = 67a + 258,54 + 730,8$$

$$822 = 67a + 989,34$$

$$67a = 989,34 - 822$$

$$a = 167,34 : 67$$

$$a = 2,50$$

jadi, persamaan regresi linear berganda yang didapat adalah:

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

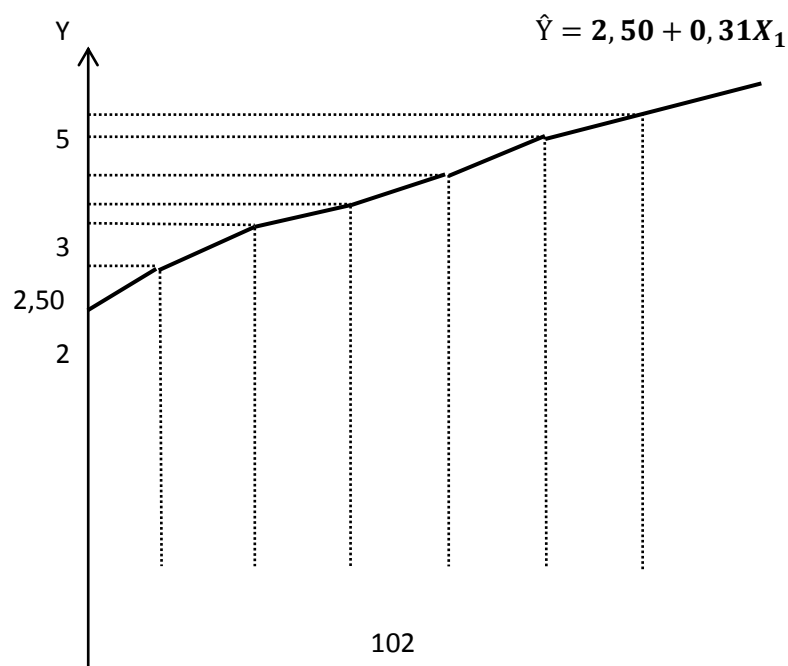
$$\hat{Y} = 2,50 + 0,31X_1 + 0,70X_2$$

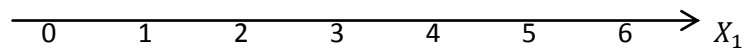
Model persamaan regresi linear berganda diatas dapat ditafsir sebagai berikut:

1. Konstanta memiliki nilai sebesar 2,50 memiliki arah yang positif dalam pengaruhnya terhadap Penjualan (Y).
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,31 memiliki arah yang positif dalam pengaruhnya terhadap Penjualan (Y)
3. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,70 memiliki arah yang positif dalam pengaruhnya terhadap Penjualan (Y).

Gambar V.3

Grafik Pengaruh Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terhadap Penjualan (Y)

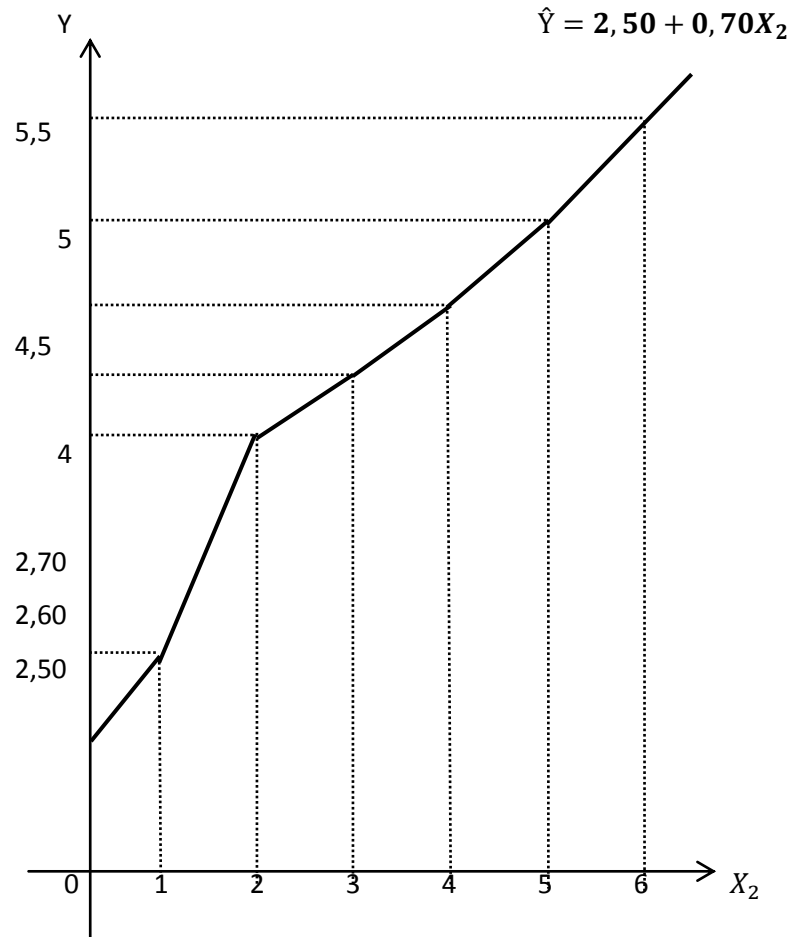




Melalui grafik V.3 dapat disimpulkan bahwa lokasi Kualitas Layanan memiliki pengaruh nilai yang positif terhadap Penjualan. Untuk peningkatan Penjualan, terutama pada Indikator Empiris Kualitas Layanan, yaitu pelayanan cepat, pelayanan pegawai, kesan pemilik perusahaan PD Prima Karya Abadi harus lebih memperhatikan lebih baik lagi dan lebih baik apabila Indikator-indikator tersebut ditingkatkan sehingga penjualan bisa meningkat.

Gambar V.4

Grafik Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Penjualan ( $Y$ )



Melalui grafik V.4 dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk sangat memiliki pengaruh nilai yang positif terhadap Penjualan. Dalam hal ini pemilik usaha sebaiknya harus terus meningkatkan kualitas produk di PD Prima Karya Abadi dengan demikian pengaruh kualitas produk dapat memberikan dampak positif yang lebih terhadap penjualan.

b. Uji Signifikansi Persamaan Garis Regresi

$$\begin{aligned}
 \text{a. } \quad \Sigma x_1 y &= \Sigma X_1 Y - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{n} \\
 &= 10518 - \frac{(834)(822)}{67} \\
 &= 10518 - 10232,06 \\
 &= \mathbf{285,94}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{b. } \quad \Sigma x_2 y &= \Sigma X_2 Y - \frac{(\Sigma X_2)(\Sigma Y)}{n} \\
 &= 10117 - \frac{(803)(822)}{67} \\
 &= 10117 - 9588,06 \\
 &= \mathbf{528,94}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{c. } \quad \Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\
 &= 10528 - \frac{(822)^2}{67} \\
 &= 10528 - 10084,83 \\
 &= \mathbf{443,17}
 \end{aligned}$$

**Uji F** bertujuan untuk mengetahui apakah secara simultan (bersama-sama) antara Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Penjualan ( $Y$ ). Langkah-langkahnya sebagai berikut :

Berikut adalah langkah-langkah pengujiannya:

a. *Membuat hipotesis dalam bentuk uraian kalimat*

**H<sub>0</sub>** : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Penjualan.

**Ha** : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Penjualan.

b. *Membuat hipotesis dalam bentuk statistik*

**Ho** :  $\beta = 0$

**Ha** :  $\beta \neq 0$

c. *Menentukan taraf signifikan  $\alpha$*

Dalam kasus ini nilai  $\alpha = 5\%$

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  $F_{hitung}$

$$\begin{aligned}
 R_{hitung} &= \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \cdot \sum x_2 y}{\sum y^2}} \\
 &= \sqrt{\frac{(0,31)(285,94) + (0,70)(528,94)}{443,17}} \\
 &= \sqrt{\frac{88,6414 + 370,258}{443,17}} \\
 &= \sqrt{\frac{458,8994}{443,17}} \\
 &= \sqrt{1,035492926} \\
 &= 1,017
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 F_{hitung} &= \frac{(R_{X1,X2,Y})^2 (n - m - 1)}{m(1 - R_{X1,X2,Y}^2)} \\
 &= \frac{(1,017)^2 (67 - 2 - 1)}{2(1 - 1,034289)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{(1,034289)(64)}{(2)(0,034289)} \\
&= \frac{66,194496}{0,068578} \\
&= 965,24
\end{aligned}$$

2) Menentukan nilai  $F_{tabel}$

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

$$Df(n1)=k-1$$

$$Df(n2)=n-k$$

k = Jumlah variabel yang diteliti.

n1= pembilang .

n2= penyebut.

$$\text{jadi, } df(n1) = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df(n2) = n - k = 67 - 3 = 64$$

Dimana  $\alpha = 0,05$

$$dk = 67 - 2 - 1 = 64$$

$$F_{tabel} = F_{(0,05)(64)} = \mathbf{3,14}$$

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

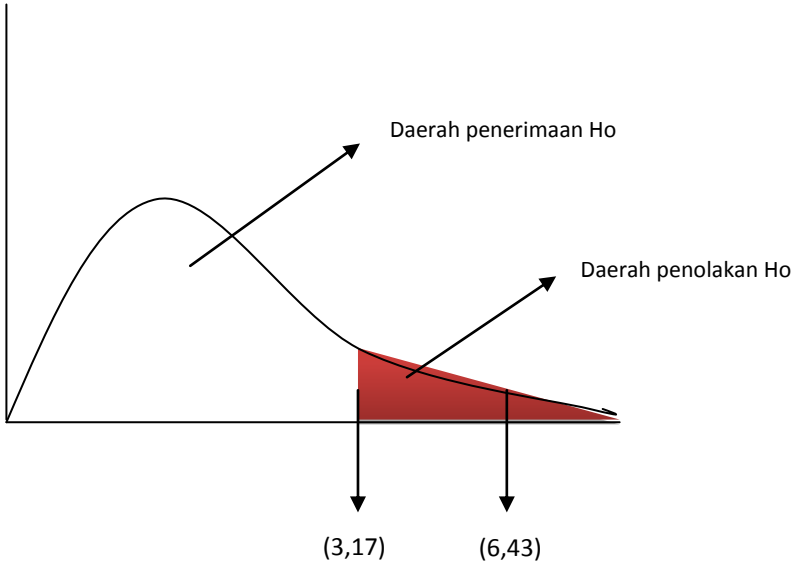
Tujuan membandingkan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  adalah untuk mengetahui apakah  $H_0$  ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian. Ternyata:  $F_{hitung} = 965,24 > F_{tabel} = 3,14$  maka tolak  $H_0$ .

g. Mengambil keputusan

Keputusannya adalah menyatakan  $H_0$  ditolak dan terima  $H_a$ , maka hipotesisnya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap penjualan.

Gambar V.5

Diagram Uji F Kualitas layanan( $X_1$ ) dan Kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap Penjualan (Y)



## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

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

#### **6.1 Kesimpulan**

Dari Aspek pemasaran terdapat tiga kesimpulan :

1. Berdasarkan perhitungan hipotesis uji F maka di dapat hasil  $F_{hitung} 965,24 > F_{tabel} 3,14$  , maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_a$ , artinya variable kualitas layanan dan variable kualitas produk secara bersama – sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.
2. Berdasarkan perhitungan Uji hipotesis secara parsial (uji t), untuk kualitas layanan didapatkan hasil  $17,28 t_{hitung} > t_{tabel} 1,670$  ini berarti tolak  $H_0$ . Dan menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan.
3. Sedangkan untuk kualitas produk didapatkan hasil uji t yaitu dengan diperoleh hasil  $t_{hitung} 17,74 > t_{tabel} 1,670$  berarti tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ . Ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap hasil penjualan.

## 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 hasil penelitian yang sudah dilakukan, kualitas layanan dan kualitas produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Oleh karena adanya pengaruh tersebut, perusahaan dapat mengkombinasikan variabel-variabel lain untuk peningkatan penjualan pada perusahaan PD Prima Karya Abadi. Anantara kualitas layanan dan kualitas produk harus dilakukan secara bersamaan, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh keuntungan yang terus meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Akan tetapi hal tersebut harus dijadikan sebagai bahan evaluasi perusahaan PD Prima Karya Abadi agar lebih memperbaiki kualitas layanannya agar lebih baik lagi. Menambah atau memperbaiki indikator-indikator kualitas layanan. Dengan demikian perusahaan PD Prima Karya Abadi akan tetap unggul didalam didunia persaingan antar kompetitor. Seperti menambah indikator dengan memberikan perhatian secara personal serta menampilkan tata ruang dan bangunan yang baik. Sehingga pelanggan merasa sangat nyaman saat melakukan proses pembelian, dan pengetahuan yang baik pada setiap karyawan tentang produk yang ada di PD Prima Karya Abadi.
3. Kualitas produk di perusahaan PD Prima Karya Abadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Oleh sebab itu penulis memberi saran agar perusahaan tetap mempertahankan kualitas produknya, akan lebih baik lagi apabila perusahaan PD Prima Karya Abadi lebih meningkatkan kualitas produknya, misalnya dari segi bahan baku, daya tahan produk, dan model-model produk yang di produksi oleh perusahaan PD Prima Karya Abadi. Perusahaan juga dapat menambah indikator-indikatornya, seperti : produk anti rayap, tahan terhadap air, dll.

## LAMPIRAN FOTO PRODUK



Gambar Produk Kusen Jendela PD Prima Karya Abadi



Gambar Produk Kusen Pintu PD Prima Karya Abadi



Gambar Produk Daun Pintu PD Prima Karya Abadi



Gambar Produk Daun Jendela PD Prima Karya Abadi

## **KUESIONER**

### **“ PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENJUALAN PADA PD PRIMA KARYA ABADI”**

Bapak/Ibu, Saudara/i yang sama hormati,

Saya Jupentus Hariadi Panggabean mahasiswa Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI, Jurusan Manajemen Bisnis Industri, sedang melakukan penelitian tentang “ **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Penjualan Pada PD Prima Karya Abadi**” dalam rangka penyusunan Tugas Akhir.

Saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dengan keadaan yang ada. Kejujuran jawaban akan memberikan manfaat yang sangat berarti bagi penelitian ini, sehingga hasilnya akan sangat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak perusahaan PD Prima Karya Abadi.

Atas perhatian dan kerjasamanya penulis mengucapkan terimakasih.

## IDENTITAS RESPONDEN

- Nama :
- Jenis Kelamin :
- Umur :
- Pendidikan Terakhir :
- Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa  
b. Pegawai Swasta  
c. Pegawai Negeri  
d. Wiraswasta  
e. Lainnya ( )
- Pendapatan/bln : a. <Rp500.000  
b. Rp600.000-Rp1.000.000  
c. Rp 1.000.000-Rp 2.000.000  
d. >Rp2.000.000

Petunjuk pengisian kuesioner.

Beri tanda silang (X) pada jawaban yang menurut anda paling tepat dan benar.

Keterangan :

Penilaian		Point
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
TS	Tidak Setuju	3
KS	Kurang Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

**KUALITAS LAYANAN (X<sub>1</sub>)**

<b>PELAYANAN CEPAT</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya tidak perlu menunggu lama ketika melakukan pembelian produk kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi					

<b>PELAYANAN PEGAWAI RAMAH</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
2	Saya merasa puas dan senang saat membeli produk kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi karena pelayanannya ramah.					

<b>KESAN LAYANAN</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
3	Saya tidak pernah merasa rugi dan terpaksa ketika membeli produk kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi karena kualitas layanannya sangat baik sekali.					

**KUALITAS PRODUK (X<sub>2</sub>)**

<b>KEANDALAN PRODUK</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya tertarik membeli produk kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi karena keandalan produknya yang terbuat dari bahan kayu yang terbaik.					

<b>ESTETIKA PRODUK</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
2	Kualitas produk kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi sangat memuaskan karena selain produknya berkualitas, produk yang dihasilkan juga memiliki nilai estetika (sesuai dengan keinginan dan kebutuhan)					

<b>DAYA TAHAN PRODUK</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
3	Saya sangat puas membeli produk kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi karena daya tahan produk yang bagus. Tidak mudah lapuk.					

**PENJUALAN (Y)**

<b>DAYA BELI</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Daya beli konsumen akan mempengaruhi penjualan produk kusen, pintu dan jendela di PD Prima Karya Abadi. Sesuai dengan tingkat pendapatan dan kemampuan konsumen.					

<b>SELERA KONSUMEN</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
2	Selera konsumen terhadap produk kusen, pintu dan jendela akan mempengaruhi penjualan pada PD Prima Karya Abadi.					

<b>PERSEPSI</b>						
<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>JAWABAN</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
3	Kualitas layanan dan kualitas produk akan mempengaruhi penjualan produk kusen, pintu dan jendela pada PD Prima Karya Abadi.					

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.885	.887	9

### Inter-Item Correlation Matrix

	Pelayanan cepat	Pelayanan pegawai	Kesan	Keandalan	Esterika	Daya tahan	Daya	Selera	persepsi
Pelayanan cepat	1.000	.863	.171	.445	.171	.171	.899	.445	.899
Pelayanan Pegawai	.863	1.000	.269	.573	.269	.269	.765	.573	.765
Kesan	.171	.269	1.000	.356	1.000	1.000	.099	.356	.099
Keandalan	.445	.573	.356	1.000	.356	.356	.371	1.000	.371
Esterika	.171	.269	1.000	.356	1.000	1.000	.099	.356	.099
Daya tahan	.171	.269	1.000	.356	1.000	1.000	.099	.356	.099
Daya	.899	.765	.099	.371	.099	.099	1.000	.371	1.000
Selera	.445	.573	.356	1.000	.356	.356	.371	1.000	.371
Persepsi	.899	.765	.099	.371	.099	.099	1.000	.371	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan cepat	32.72	31.812	.683	.869
Pelayanan pegawai	32.58	31.611	.749	.864
Kesan	32.85	32.099	.581	.877
Keandalan	32.81	30.280	.672	.869
Esterika	32.85	32.099	.581	.877
Daya tahan	32.85	32.099	.581	.877
Daya	32.73	32.260	.611	.874
Selera	32.81	30.280	.672	.869
Persepsi	32.73	32.260	.611	.874

<b>keandalan produk</b>	<b>estetika produk</b>	<b>daya tahan produk</b>	<b>pelayanan cepat</b>	<b>pelayanan ramah</b>	<b>kesan layanan</b>	<b>daya beli</b>	<b>selera konsumen</b>	<b>per</b>
5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5
5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4
4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5
4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5
2.0	4.0	5.0	4.0	2.0	5.0	2.0	4.0	4
2.0	5.0	3.0	4.0	3.0	2.0	4.0	4.0	4
4.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5
4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5
5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5
5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	5.0	5.0	5
2.0	4.0	5.0	3.0	2.0	3.0	4.0	4.0	4
4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	5.0	2.0	4
2.0	2.0	2.0	2.0	4.0	4.0	2.0	4.0	2
5.0	2.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0	4.0	2
4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5
4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5
4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5
5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4
5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5
3.0	4.0	4.0	3.0	2.0	4.0	4.0	5.0	5
3.0	2.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5
2.0	4.0	4.0	2.0	2.0	5.0	4.0	4.0	4
5.0	4.0	5.0	2.0	4.0	4.0	2.0	5.0	5
2.0	4.0	1.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5
5.0	4.0	1.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4
4.0	5.0	2.0	5.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4
4.0	5.0	2.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4
4.0	5.0	3.0	2.0	4.0	4.0	4.0	2.0	4
4.0	5.0	5.0	1.0	2.0	2.0	4.0	4.0	5
5.0	2.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4
5.0	2.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5
4.0	2.0	5.0	5.0	2.0	4.0	4.0	5.0	5
4.0	4.0	4.0	4.0	5.0	4.0	5.0	5.0	4
5.0	4.0	5.0	1.0	4.0	4.0	2.0	4.0	5
5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5
4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5
4.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4

2.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	4.0	5
2.0	2.0	5.0	1.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4
4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5
5.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4
2.0	4.0	5.0	4.0	2.0	4.0	4.0	5.0	5
4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5
5.0	4.0	3.0	5.0	4.0	2.0	4.0	4.0	5
5.0	5.0	2.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4
5.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	5
4.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0	4.0	4.0	5
4.0	5.0	2.0	5.0	4.0	5.0	5.0	4.0	4
3.0	3.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4
4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	1.0	1
5.0	5.0	5.0	3.0	2.0	5.0	4.0	5.0	5
5.0	5.0	2.0	4.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4
5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	3.0	2.0	4.0	5
5.0	4.0	5.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5
2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	5
3.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5
.2.0	2.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4
5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4
5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4
2.0	5.0	2.0	5.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4
4.0	4.0	2.0	3.0	4.0	4.0	2.0	5.0	5
4.0	5.0	4.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	2
2.0	1.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	2.0	2
3.0	5.0	3.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5
4.0	4.0	2.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5
4.0	2.0	4.0	5.0	5.0	5.0	2.0	5.0	5
5.0	2.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5
5.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4
4.0	4.0	5.0	3.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4
5.0	2.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5
4.0	5.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4
5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4
4.0	2.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5
2.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5
5.0	5.0	5.0	2.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5
4.0	5.0	5.0	4.0	4.0	2.0	3.0	4.0	5
5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	4.0	5.0	5

