

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya *Home Industry* Beruang Mas Tulungagung

Usaha berbasis *home industry* di Kabupaten Tulungagung sudah mulai bermunculan salah satunya adalah *home industry* gantungan baju beruang mas yang merupakan salah satu gambaran usaha yang bergerak dalam bidang produksi yang berasal dari kawat besi yang kemudian diolah menjadi bentuk gantungan baju. *home industry* gantungan baju Beruang Mas didirikan pada tahun 2015 oleh Bapak Sinto. *Home Industry* gantungan baju Beruang Mas terletak di Desa Ngunut Gentengan, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung.

*Home industry* ini kurang lebih sudah 4 tahun menjalani usahanya. *Home industry* ini pada awal usahanya hanya memiliki beberapa karyawan hingga saat ini *Home Industry* gantungan baju Beruang Mas memiliki sekitar 34 karyawan. *Home industry* ini memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut harus mampu bersaing dengan *home industry* lain.

## 2. Visi, Misi dan Tujuan *Home Industry* Gantungan Baju Beruang Mas Tulungagung

- a) Visi : *Home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung ingin menjadi *home industry* gantungan baju yang lebih besar lagi yang dapat menguasai pasar nasional dan internasional.
- b) Misi :
  - 1) *Home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung ingin menjadi *Home industry* yang unggul, tangguh, dan mengalami pertumbuhan berkelanjutan.
  - 2) *Home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung sangat mengutamakan kualitas produk dan reputasi yang baik dengan konsumen.
- c) Tujuan
  - 1) Agen pembangunan
  - 2) Meningkatkan produktifitas kerja
  - 3) Pelayanan prima
  - 4) Kesejahteraan karyawan

### B. Profil Responden

Populasi dan sampel dalam penelitian adalah pemilik *home industry* gantungan baju dan seluruh karyawan yang bekerja di *home industry* gantungan baju beruang mas Tulungagung.

### C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dibagi menjadi dua karakteristik yang terdiri dari jenis kelamin dan usia karyawan. Karakteristik responden disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 4.1  
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Banyak Responden	Presentase (%)
Perempuan	12 orang	34%
Laki-laki	23 orang	66%
Jumlah	35 orang	100%

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 4.1 menunjukkan mayoritas jenis kelamin karyawan yang bekerja di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung berjenis kelamin laki-laki yakni sebanyak 23 orang atau 66%, sedangkan karyawan yang berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 12 orang atau 34%.

Tabel 4.2  
Usia Responden

Usia	Banyak Responden	Presentase (%)
<20 tahun	6	17%
>20 tahun	29	83%
Jumlah	35 orang	100%

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 4.2 menunjukkan mayoritas usia karyawan yang bekerja di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung berusia diatas 20 tahun yakni sebanyak 29 orang atau 83%, sedangkan karyawan yang berusia dibawah 20 tahun yakni sebanyak 6 orang atau 17%.

#### **D. Deskripsi Variabel**

Deskripsi variabel dari angket yang telah peneliti sebar kepada responden yang terdiri dari 48 pertanyaan dan dibagi menjadi 8 kategori yakni :

- a. Enam pertanyaan digunakan untuk mengetahui faktor produk yang ada di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung yang diukur dari variabel produk (X1).
- b. Enam pertanyaan digunakan untuk mengetahui faktor harga yang ada di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung yang diukur dari variabel harga (X2).
- c. Enam pertanyaan digunakan untuk mengetahui faktor tempat yang ada di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung yang diukur dari variabel tempat (X3).
- d. Enam pertanyaan digunakan untuk mengetahui faktor promosi yang ada di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung yang diukur dari variabel promosi (X4).
- e. Enam pertanyaan digunakan untuk mengetahui faktor sdm yang ada di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung yang diukur dari variabel sdm (X5).

- f. Enam pertanyaan digunakan untuk mengetahui faktor proses yang ada di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung yang diukur dari variabel proses (X6).
- g. Enam pertanyaan digunakan untuk mengetahui faktor bukti fisik yang ada di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung yang diukur dari variabel bukti fisik (X7).
- h. Enam pertanyaan digunakan untuk mengetahui faktor volume penjualan yang ada di *home industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung yang diukur dari variabel volume penjualan (Y).

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden sebagaimana akan dipaparkan pada tabel berikut ini :

a. Variabel Produk (X<sub>1</sub>)

1) Indikator Variasi (X<sub>1.1</sub>)

Tabel 4.3

Pernyataan (X<sub>1.1.1</sub>) : Bapak/Ibu/Saudara/i, memproduksi beragam jenis bentuk dan berbagai jenis ukuran.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	0	0%	0
2	Setuju	4	30	85,7%	120
3	Netral	3	5	14,3%	15
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	135
Rata-Rata Score					3,86

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.3 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 30 responden dengan presentase 85,7%. Dan menjawab netral sebanyak 5

responden dengan presentase 14,3%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju jika memproduksi beragam jenis bentuk dan berbagai jenis ukuran.

## 2) Indikator Kualitas ( $X_{1,2}$ )

Tabel 4.4  
Pernyataan ( $X_{1,2.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, menggunakan bahan baku yang berkualitas dalam proses produksi

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	3	8,6%	15
2	Setuju	4	21	60%	84
3	Netral	3	11	31,4%	33
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	132
Rata-Rata Score					3,78

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.4 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 21 responden dengan presentase 60%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 3 responden dengan presentase 8,6%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju menggunakan bahan baku yang berkualitas dalam proses produksi.

3) Indikator Desain ( $X_{1,3}$ )

Tabel 4.5  
Pernyataan ( $X_{1,3.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, memiliki desain yang menarik dan berkualitas.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	1	2,9%	5
2	Setuju	4	23	65,7%	92
3	Netral	3	11	31,4%	33
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	130
Rata-Rata Score					3,71

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.5 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 23 responden dengan presentase 65,7%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 1 responden dengan presentase 2,9%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju menggunakan memiliki desain yang menarik dan berkualitas.

4) Indikator Fitur ( $X_{1.4}$ )

Tabel 4.6  
Pernyataan ( $X_{1.4.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, memproduksi produk dengan berbagai fitur yang menarik.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	13	37,1%	65
2	Setuju	4	22	62,9%	88
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	153
Rata-Rata Score					4,37

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.6 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 22 responden dengan presentase 62,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 13 responden dengan presentase 37,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju memproduksi produk dengan berbagai fitur yang menarik.



5) Indikator Merek ( $X_{1.5}$ )

Tabel 4.7

Pernyataan ( $X_{1.5.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, membuat nama dan simbol dengan semenarik mungkin untuk menarik pembeli.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	17,1%	30
2	Setuju	4	29	82,9%	116
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	146
Rata-Rata Score					4,17

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.7 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 29 responden dengan presentase 82,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 6 responden dengan presentase 17,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju membuat nama dan simbol dengan semenarik mungkin untuk menarik pembeli.

6) Indikator Kemasan ( $X_{1.6}$ )

Tabel 4.8  
Pernyataan ( $X_{1.6.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, memiliki kemasan yang menarik pada produk yang dapat menarik konsumen.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	17,1%	30
2	Setuju	4	29	82,9%	116
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	146
Rata-Rata Score					4,17

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.8 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 29 responden dengan presentase 82,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 6 responden dengan presentase 17,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju memiliki kemasan yang menarik pada produk yang dapat menarik konsumen.

Tabel 4.9

Rata-rata Pilihan Responden Variabel Produk ( $X_1$ )

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Bapak/Ibu/Saudara/i, memproduksi beragam jenis bentuk dan berbagai jenis ukuran. ( $X_{1.1.1}$ )	135	3,86
Bapak/Ibu/Saudara/i, menggunakan bahan baku yang berkualitas dalam proses produksi. ( $X_{1.2.1}$ )	132	3,78
Bapak/Ibu/Saudara/i, memiliki desain yang menarik dan berkualitas. ( $X_{1.3.1}$ )	130	3,71
Bapak/Ibu/Saudara/i, memproduksi produk dengan berbagai fitur yang menarik. ( $X_{1.4.1}$ )	153	4,37
Bapak/Ibu/Saudara/i membuat nama dan simbol dengan semenarik mungkin untuk menarik pembeli. ( $X_{1.5.1}$ )	146	4,17
Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki kemasan yang menarik pada produk yang dapat menarik konsumen. ( $X_{1.6.1}$ )	146	4,17
Jumlah Nilai Score	842	24,06
Rata-rata Total Score	140	4,01

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 pada variabel Produk, score tertinggi terletak pada indikator Fitur, ( $X_{1.4}$ ) dengan pernyataan Bapak/Ibu/Saudara/i, memproduksi produk dengan berbagai fitur yang menarik. Bapak/Ibu/Saudara/i, memproduksi beragam jenis bentuk dan berbagai jenis ukuran. Dimana total skor 153 dengan rata rata 4,37. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah pernyataan Bapak/Ibu/Saudara/i, memiliki desain yang menarik dan berkualitas, total skor 130 serta rata-rata skor 3,71.

b. Variabel Harga ( $X_2$ )1) Indikator Potongan Harga ( $X_{2.1}$ )

Tabel 4.10

Pernyataan ( $X_{2.1.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	15	42,9%	75
2	Setuju	4	20	57,1%	80
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	155
Rata-Rata Score					4,42

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.10 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 20 responden dengan presentase 57,1%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 15 responden dengan presentase 42,9%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

Tabel 4.11  
Pernyataan (X<sub>2.1.2</sub>): Bapak/Ibu/Saudara/i, memberikan potongan harga atau discount kepada pelanggan tetap.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	14	40%	70
2	Setuju	4	18	51,4%	72
3	Netral	3	3	8,6%	9
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	151
Rata-Rata Score					4,31

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.11 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 18 responden dengan presentase 51,4%. Dan paling sedikit menjawab “netral” sebanyak 3 responden dengan presentase 8,6%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju memberikan potongan harga atau discount kepada pelanggan tetap.

## 2) Indikator Tingkatan Harga (X<sub>2.2</sub>)

Tabel 4.12  
Pernyataan (X<sub>2.2.1</sub>): Harga produk yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	14	40%	70
2	Setuju	4	18	51,4%	72
3	Netral	3	3	8,6%	9
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	151
Rata-Rata Score					4,31

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.12 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 18 responden dengan presentase 51,4%. Dan paling sedikit menjawab “netral” sebanyak 3 responden dengan presentase 8,6%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju memberikan harga produk yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen.

Tabel 4.13  
Pernyataan ( $X_{2,2,2}$ ): Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	10	28,6%	50
2	Setuju	4	25	71,4%	100
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	150
Rata-Rata Score					4,29

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.13 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 25 responden dengan presentase 71,4%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 10 responden dengan presentase 28,6%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

3) Indikator Pembayaran ( $X_{2,3}$ )

Tabel 4.14  
Pernyataan ( $X_{2,3,1}$ ): Proses pembayaran yang diberikan cepat dan mudah

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	17,1%	30
2	Setuju	4	17	48,6%	68
3	Netral	3	12	34,3%	36
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	128
Rata-Rata Score					3,6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.14 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 17 responden dengan presentase 48,6%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 6 responden dengan presentase 17,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju proses pembayaran yang diberikan cepat dan mudah.

Tabel 4.15  
Pernyataan ( $X_{2,3,2}$ ): Proses pembayaran bisa melalui transfer.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	3	8,6%	15
2	Setuju	4	18	51,4%	72
3	Netral	3	14	40%	42
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	129
Rata-Rata Score					3,69

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.15 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 18 responden dengan presentase 51,4%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 3 responden dengan presentase 8,6% serta sisanya menjawab “netral” . Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju Proses pembayaran bisa melalui transfer.

Tabel 4.16  
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Harga ( $X_2$ )

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Bapak/Ibu/Saudara/i,memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu.( $X_{2.1.1}$ )	155	4,42
Bapak/Ibu/Saudara/i,memberikan potongan harga atau <i>discount</i> kepada pelanggan tetap.( $X_{2.1.2}$ )	151	4,31
Harga produk yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen.( $X_{2.2.1}$ )	151	4,31
Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.( $X_{2.2.2}$ )	150	4,29
Proses pembayaran yang diberikan cepat dan mudah.( $X_{2.3.1}$ )	128	3,6
Proses pembayaran bisa melalui transfer.( $X_{2.3.2}$ )	129	3,69
Jumlah Nilai Score	864	24,62
Rata-rata Total Score	144	4,10

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.16 pada variabel harga, score tertinggi terletak pada indikator Potongan Harga, ( $X_{2.1.1}$ ) dengan pernyataan Bapak/Ibu/Saudara/i,memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu. Dimana total skor 155 dengan rata rata 4,42.



Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah pernyataan Proses pembayaran yang diberikan cepat dan mudah, total skor 128 serta rata-rata skor 3,6.

c. Variabel Tempat ( $X_3$ )

1) Indikator Pendistribusian ( $X_{3.1}$ )

Tabel 4.17

Pernyataan ( $X_{3.1.1}$ ) : Pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tetap sesuai dengan pesanan konsumen.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	21	60%	105
2	Setuju	4	14	40%	56
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	161
Rata-Rata Score					4,6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.17 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 21 responden dengan presentase 60%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 134responden dengan presentase 40%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tetap sesuai dengan pesanan konsumen.

Tabel 4.18  
Pernyataan ( $X_{3.1.2}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, melakukan pendistribusian dengan menggunakan jasa perantara.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	21	60%	105
2	Setuju	4	14	40%	56
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	161
Rata-Rata Score					4,6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.18 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 21 responden dengan presentase 60%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 14 responden dengan presentase 40%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan pendistribusian dengan menggunakan jasa perantara.

## 2) Indikator Lokasi ( $X_{3.2}$ )

Tabel 4.19  
Pernyataan ( $X_{3.2.1}$ ) : Lokasi usaha strategis dan mudah ditemukan.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	15	42,9%	75
2	Setuju	4	20	57,1%	80
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	155
Rata-Rata Score					4,42

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.19 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 20 responden dengan presentase 57,1%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 15 responden dengan presentase 42,9%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju lokasi usaha strategis dan mudah ditemukan.

Tabel 4.20  
Pernyataan ( $X_{3,2,2}$ ): Lokasi usaha sudah banyak diketahui oleh masyarakat.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	10	28,6%	50
2	Setuju	4	25	71,4%	100
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	150
Rata-Rata Score					4,29

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.20 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 25 responden dengan presentase 71,4%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 10 responden dengan presentase 28,6%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju lokasi usaha sudah banyak diketahui oleh masyarakat.

3) Indikator Jangkauan ( $X_{3,3}$ )

Tabel 4.21  
Pernyataan ( $X_{3,3.1}$ ): Jangkauan pemasaran produk luas.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	17,1%	30
2	Setuju	4	29	82,9%	116
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	146
Rata-Rata Score					4,17

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.21 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 29 responden dengan presentase 82,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 6 responden dengan presentase 17,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju jangkauan pemasaran produk luas

Tabel 4.22  
Pernyataan ( $X_{3,3.2}$ ): Produk yang dipasarkan dapat dijangkau oleh semua konsumen.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	4	11,4%	20
2	Setuju	4	31	88,6%	124
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	144
Rata-Rata Score					4,11

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.22 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju”. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 31 responden dengan presentase 88,6%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 4 responden dengan presentase 11,4%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju produk yang dipasarkan dapat dijangkau oleh semua konsumen.

Tabel 4.23  
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Tempat ( $X_3$ )

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tetap sesuai dengan pesanan konsumen.( $X_{3.1.1}$ )	161	4,6
Bapak/Ibu/Saudara/i,melakukan pendistribusian dengan menggunakan jasa perantara.( $X_{3.1.2}$ )	161	4,6
Lokasi usaha strategis dan mudah ditemukan.( $X_{3.2.1}$ )	155	4,42
Lokasi usaha sudah banyak diketahui oleh masyarakat.( $X_{3.2.2}$ )	150	4,29
Jangkauan pemasaran produk luas.( $X_{3.3.1}$ )	146	4,17
Produk yang dipasarkan dapat dijangkau oleh semua konsumen.( $X_{3.3.2}$ )	144	4,11
Jumlah Nilai Score	917	26,19
Rata-rata Total Score	153	4,365

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.23 pada variabel tempat, score tertinggi terletak pada indikator pendistribusian, ( $X_{3.1}$ ) dengan pernyataan Pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tetap sesuai dengan

pesanan konsumen ( $X_{3.1.1}$ ) dan Bapak/Ibu/Saudara/i, melakukan pendistribusian dengan menggunakan jasa perantara( $X_{3.1.2}$ ). Dimana total skor 161 dengan rata rata 4,6. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator jangkauan pernyataan produk yang dipasarkan dapat dijangkau oleh semua konsumen ( $X_{3.3.2}$ ), total skor 144 serta rata-rata skor 4,11.

d. Variabel Promosi ( $X_4$ )

1) Indikator Periklanan ( $X_{4.1}$ )

Tabel 4.24

Pernyataan ( $X_{4.1.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i,melakukan kegiatan promosi melalui periklanan.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	16	45,7%	80
2	Setuju	4	19	54,3%	76
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	156
Rata-Rata Score					4,46

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.24 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 19 responden dengan presentase 54,3%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 16 responden dengan presentase 45,7%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan kegiatan promosi melalui periklanan.

Tabel 4.25  
Pernyataan (X<sub>4.1.2</sub>): Bapak/Ibu/Saudara/i, menggunakan beberapa media massa untuk menawarkan produk.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	16	45,7%	80
2	Setuju	4	19	54,3%	76
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	156
Rata-Rata Score					4,46

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.25 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 19 responden dengan presentase 54,3%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 16 responden dengan presentase 45,7%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju menggunakan beberapa media massa untuk menawarkan produk.

## 2) Indikator Promosi Penjualan (X<sub>4.2</sub>)

Tabel 4.26  
Pernyataan (X<sub>4.2.1</sub>): Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan jasa sales untuk melakukan kegiatan promosi.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	17,1%	30
2	Setuju	4	29	82,9%	116
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	146
Rata-Rata Score					3,31

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.26 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 29 responden dengan presentase 82,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 6 responden dengan presentase 17,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju menggunakan jasa sales untuk melakukan kegiatan promosi.

Tabel 4.27  
Pernyataan (X<sub>4.2.2</sub>): Bapak/Ibu/Saudara/i, melakukan promosi dari mulut ke mulut.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	1	2,9%	5
2	Setuju	4	34	97,1%	136
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	141
Rata-Rata Score					4,29

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.27 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju”. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 34 responden dengan presentase 97,1%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 1 responden dengan presentase 2,9%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan promosi dari mulut ke mulut.



3) Indikator Penjualan Perseorangan ( $X_{4,3}$ )

Tabel 4.28

Pernyataan ( $X_{4,3,1}$ ) : Bapak/Ibu/Saudara/i melakukan proses promosi dengan tatap muka secara langsung kepada konsumen.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	13	37,1%	65
2	Setuju	4	22	62,9%	88
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	153
Rata-Rata Score					4,37

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.28 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 22 responden dengan presentase 62,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 13 responden dengan presentase 37,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan proses promosi dengan tatap muka secara langsung kepada konsumen.

4) Indikator Hubungan Masyarakat ( $X_{4.4}$ )

Tabel 4.29  
Pernyataan ( $X_{4.4.1}$ ): Menjaga hubungan baik di masyarakat dengan menjaga kepercayaan dalam produk yang ditawarkan.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	16	45,7%	80
2	Setuju	4	19	54,3%	76
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	156
Rata-Rata Score					4,46

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.29 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 19 responden dengan presentase 54,3%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 16 responden dengan presentase 45,7%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju memproduksi produk dengan berbagai fitur yang menarik.

Tabel 4.30  
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Promosi.(X<sub>4</sub>)

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Bapak/Ibu/Saudara/i,melakukan kegiatan promosi melalui periklanan.(X <sub>4.1.1</sub> )	156	4,46
Bapak/Ibu/Saudara/i,menggunakan beberapa media massa untuk menawarkan produk.(X <sub>4.1.2</sub> )	156	4,46
Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan jasa sales untuk melakukan kegiatan promosi.(X <sub>4.2.1</sub> )	146	3,31
Bapak/Ibu/Saudara/i melakukan promosi dari mulut ke mulut.(X <sub>4.2.2</sub> )	141	4,29
Bapak/Ibu/Saudara/i melakukan proses promosi dengan tatap muka secara langsung kepada konsumen.(X <sub>4.3.1</sub> )	153	4,37
Menjaga hubungan baik di masyarakat dengan menjaga kepercayaan dalam produk yang ditawarkan.(X <sub>4.4.1</sub> )	156	4,46
Jumlah Nilai Score	908	25,35
Rata-rata Total Score	151	4,225

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.30 pada variabel promosi, score tertinggi terletak pada indikator periklanan (X<sub>4.1</sub>) dan hubungan masyarakat(X<sub>4.4</sub>) yakni dengan pernyataan Bapak/Ibu/Saudara/i,melakukan kegiatan promosi melalui periklanan(X<sub>4.1.1</sub>), Bapak/Ibu/Saudara/i,menggunakan beberapa media massa untuk menawarkan produk(X<sub>4.1.2</sub>) dan Menjaga hubungan baik di masyarakat dengan menjaga kepercayaan dalam produk yang ditawarkan(X<sub>4.4.1</sub>). Dimana total skor sama sama memiliki 156 dengan rata rata 4,46. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator promosi penjualan(X<sub>4.2</sub>) dengan pernyataan Bapak/ibu/saudara/i menggunakan jasa sales untuk melakukan kegiatan

promosi( $X_{4.2.1}$ ) dengan total skor 146 serta rata-rata skor 3,31 dan Bapak/Ibu/Saudara/i melakukan promosi dari mulut kemulut ( $X_{4.2.2}$ ), total skor 141 serta rata-rata skor 4,29.

e. Variabel SDM ( $X_5$ )

1) Indikator Pembagian Kerja ( $X_{5.1}$ )

Tabel 4.31

Pernyataan ( $X_{5.1.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, melakukan pembagian kerja karyawan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	2	5,7%	10
2	Setuju	4	33	94,3%	132
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	142
Rata-Rata Score					4,05

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.31 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 33 responden dengan presentase 94,3%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 2 responden dengan presentase 5,7%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan pembagian kerja karyawan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki.

Tabel 4.32  
Pernyataan (X<sub>5.1.2</sub>): Bapak/Ibu/Saudara/i, melakukan pembagian kerja karyawan untuk mempermudah proses kegiatan produksi yang dilakukan.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	11	31,4%	55
2	Setuju	4	24	68,6%	84
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	139
Rata-Rata Score					3,98

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.32 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 24 responden dengan presentase 68,6%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 11 responden dengan presentase 31,4%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan pembagian kerja karyawan untuk mempermudah proses kegiatan produksi yang dilakukan.

2) Indikator Rekrutmen ( $X_{5,2}$ )

Tabel 4.33

Pernyataan ( $X_{5,2.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, melakukan perekrutan atau seleksi karyawan secara terbuka.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	3	8,6%	15
2	Setuju	4	32	91,4%	96
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	111
Rata-Rata Score					3,71

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.33 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju”. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 32 responden dengan presentase 91,4%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 3 responden dengan presentase 8,6%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan perekrutan atau seleksi karyawan secara terbuka.

Tabel 4.34

Pernyataan ( $X_{5,2.2}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i, melakukan penyeleksian terhadap penerimaan karyawan untuk mengetahui kemampuan atau keahlian karyawan.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	8	22,9%	40
2	Setuju	4	27	77,1%	108
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	148
Rata-Rata Score					4,23

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.34 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 27 responden dengan presentase 77,1%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 8 responden dengan presentase 22,9%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan penyeleksian terhadap penerimaan karyawan untuk mengetahui kemampuan atau keahlian karyawan.

### 3) Indikator Motivasi Kerja ( $X_{5.3}$ )

Tabel 4.35  
Pernyataan ( $X_{5.3.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki karyawan dengan motivasi kerja yang tinggi.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	0	0%	0
2	Setuju	4	25	71,4%	100
3	Netral	3	10	28,6%	30
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	130
Rata-Rata Score					3,71

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.35 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “sangat setuju” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 25 responden dengan presentase 71,4%. Dan paling sedikit menjawab “netral” sebanyak 10 responden dengan presentase 28,6%. Dengan hasil

tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju perusahaan memiliki karyawan dengan motivasi kerja yang tinggi.

Tabel 4.36  
Pernyataan ( $X_{5.3.2}$ ): Pemberian bonus merupakan salah satu cara untuk memotivasi karyawan agar bekerja lebih giat dalam memproduksi barang.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	10	28,6%	50
2	Setuju	4	25	71,4%	100
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	150
Rata-Rata Score					4,29

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.36 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 25 responden dengan presentase 71,4%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 10 responden dengan presentase 28,6%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju pemberian bonus merupakan salah satu cara untuk memotivasi karyawan agar bekerja lebih giat dalam memproduksi barang.



Tabel 4.37  
Rata-rata Pilihan Responden Variabel SDM (X<sub>5</sub>)

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Bapak/Ibu/Saudara/i,melakukan pembagian kerja karyawan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki.(X <sub>5.1.1</sub> )	142	4,05
Bapak/Ibu/Saudara/i,melakukan pembagian kerja karyawan untuk mempermudah proses kegiatan produksi yang dilakukan.(X <sub>5.1.2</sub> )	139	3,98
Bapak/Ibu/Saudara/i,melakukan perekrutan atau seleksi karyawan secara terbuka.(X <sub>5.2.1</sub> )	111	3,17
Bapak/Ibu/Saudara/i,melakukan penyeleksian terhadap penerimaan karyawan untuk mengetahui kemampuan atau keahlian karyawan.(X <sub>5.2.2</sub> )	148	4,23
Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki karyawan dengan motivasi kerja yang tinggi.(X <sub>5.3.1</sub> )	130	3,71
Pemberian bonus merupakan salah satu cara untuk memotivasi karyawan agar bekerja lebih giat dalam memproduksi barang.(X <sub>5.3.2</sub> )	150	4,29
Jumlah Nilai Score	820	23,43
Rata-rata Total Score	137	3,905

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.37 pada variabel SDM, score tertinggi terletak pada indikator motivasi kerja(X<sub>5.3</sub>) dengan pernyataan pemberian bonus merupakan salah satu cara untuk memotivasi karyawan agar bekerja lebih giat dalam memproduksi barang (X<sub>5.3.2</sub>). Dimana total skor sama sama memiliki 150 dengan rata rata 4,29. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator rekrutmen(X<sub>5.2</sub>) dengan pernyataan

Bapak/Ibu/Saudara/i, melakukan perekrutan atau seleksi karyawan secara terbuka ( $X_{5.2.1}$ ), total skor 111 serta rata-rata skor 3,17.

f. Variabel Proses ( $X_6$ )

1) Indikator Pesanan ( $X_{6.1}$ )

Tabel 4.38  
Pernyataan ( $X_{6.1.1}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i menerima dan melayani pemesanan secara langsung.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	0	0%	0
2	Setuju	4	20	57,1%	80
3	Netral	3	15	42,9	45
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	125
Rata-Rata Score					3,57

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.38 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “sangat setuju” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 20 responden dengan presentase 57,1%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 15 responden dengan presentase 42,9%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju menerima dan melayani pemesanan secara langsung.

Tabel 4.39  
Pernyataan ( $X_{6.1.2}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i menerima dan melayani pemesanan produk melalui telepon.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	0	0%	0
2	Setuju	4	20	57,1%	80
3	Netral	3	15	42,9	45
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	125
Rata-Rata Score					3,57

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.39 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “sangat setuju” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 20 responden dengan presentase 57,1%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 15 responden dengan presentase 42,9%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju menerima dan melayani menerima dan melayani pemesanan produk melalui telepon.

2) Indikator Pengolahan ( $X_{6.2}$ )

Tabel 4.40

Pernyataan ( $X_{6.2.1}$ ): Proses produksi yang kami lakukan sesuai dengan prinsip sanitasi dan hygiene.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	17,1%	30
2	Setuju	4	29	82,9%	116
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	146
Rata-Rata Score					4,18

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.40 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 29 responden dengan presentase 82,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 6 responden dengan presentase 17,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju proses produksi yang kami lakukan sesuai dengan prinsip sanitasi dan hygiene.

Tabel 4.41

Pernyataan ( $X_{6.2.2}$ ): Alur produksi teratur sehingga lalu lintas area kerja bebas dan lancar.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	14	40%	70
2	Setuju	4	21	60%	84
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	154
Rata-Rata Score					4,4

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.41 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 21 responden dengan presentase 60%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 14 responden dengan presentase 40%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju alur produksi teratur sehingga lalu lintas area kerja bebas dan lancar.

### 3) Indikator Pelayanan ( $X_{6.3}$ )

Tabel 4.42

Pernyataan ( $X_{6.3.1}$ ): Karyawan kami memiliki kompetensi kerja yang handal dalam kegiatan produksi

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	16	45,7%	80
2	Setuju	4	19	54,3%	76
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	156
Rata-Rata Score					4,46

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.42 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 19 responden dengan presentase 54,3%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 16 responden dengan presentase 45,7%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju

karyawan kami memiliki kompetensi kerja yang handal dalam kegiatan produksi.

Tabel 4.43  
Pernyataan ( $X_{6.3.2}$ ): Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki karyawan yang cekatan dalam melayani konsumen.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	16	45,7%	80
2	Setuju	4	19	54,3%	76
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	156
Rata-Rata Score					4,46

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.43 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 19 responden dengan presentase 54,3%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 16 responden dengan presentase 45,7%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju karyawan kami memiliki kompetensi kerja yang handal dalam kegiatan produksi.

Tabel 4.44  
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Proses ( $X_6$ )

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Bapak/Ibu/Saudara/i menerima dan melayani pemesanan secara langsung.( $X_{6.1.1}$ )	125	3,57
Bapak/Ibu/Saudara/i menerima dan melayani pemesanan produk melalui telepon.( $X_{6.1.2}$ )	125	3,57
Proses produksi yang kami lakukan sesuai dengan prinsip sanitasi dan hygiene.( $X_{6.2.1}$ )	146	4,18
Alur produksi teratur sehingga lalu lintas area kerja bebas dan lancar.( $X_{6.2.2}$ )	154	4,4
Karyawan kami memiliki kompetensi kerja yang handal dalam kegiatan produksi.( $X_{6.3.1}$ )	156	4,46
Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki karyawan yang cekatan dalam melayani konsumen.( $X_{6.3.2}$ )	156	4,46
Jumlah Nilai Score	862	24,64
Rata-rata Total Score	143,6	4,10

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.44 pada variabel proses, score tertinggi terletak pada indikator pelayanan ( $X_{6.3}$ ) dengan pernyataan karyawan kami memiliki kompetensi kerja yang handal dalam kegiatan produksi ( $X_{6.3.1}$ ) dan Bapak/Ibu/Saudara/i memiliki karyawan yang cekatan dalam melayani konsumen ( $X_{6.3.2}$ ). Dimana total skor sama sama memiliki 156 dengan rata rata 4,46. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator pesanan ( $X_{6.1}$ ) pernyataan Bapak/Ibu/Saudara/i menerima dan melayani pemesanan secara langsung ( $X_{6.1.1}$ ) dan Bapak/Ibu/Saudara/i menerima dan melayani pemesanan produk melalui telepon( $X_{6.1.2}$ ), total skor 125 serta rata-rata skor 3,57.

g. Variabel Bukti Fisik ( $X_7$ )1) Indikator suasana ( $X_{7.1}$ )

Tabel 4.45

Pernyataan ( $X_{7.1.1}$ ) : Tata letak bangunan menunjang kelancaran arus bahan baku, barang dalam proses dan barang jadi.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	5	14,3%	25
2	Setuju	4	30	85,7%	120
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	145
Rata-Rata Score					4,14

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.45 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 30 responden dengan presentase 85,7%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 5 responden dengan presentase 14,3%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju tata letak bangunan menunjang kelancaran arus bahan baku, barang dalam proses dan barang jadi.



Tabel 4.46  
Pernyataan ( $X_{7.1.2}$ ): Tata letak mesin produksi dalam Home Industry telah memadai untuk kelancaran operasi kegiatan produksi.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	5	14,3%	25
2	Setuju	4	30	85,7%	120
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	145
Rata-Rata Score					4,14

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.46 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 30 responden dengan presentase 85,7%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 5 responden dengan presentase 14,3%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju tata letak mesin produksi dalam Home Industry telah memadai untuk kelancaran operasi kegiatan produksi.

## 2) Indikator Sarana ( $X_{7.2}$ )

Tabel 4.47  
Pernyataan  $X_{7.3}$ : Mesin-mesin produksi yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal dalam pelaksanaan proses produksi.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	8	22,9%	40
2	Setuju	4	27	77,1%	108
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	148
Rata-Rata Score					4,23

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.47 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 27 responden dengan presentase 77,1%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 8 responden dengan presentase 22,9%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju mesin-mesin produksi yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal dalam pelaksanaan proses produksi.

Tabel 4.48  
Pernyataan ( $X_{7.2.2}$ ): Terdapat pemeliharaan dan perawatan yang baik terhadap mesin-mesin produksi dan fasilitas lain.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	10	28,6%	50
2	Setuju	4	25	71,4%	100
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	150
Rata-Rata Score					4,29

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.48 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 25 responden dengan presentase 71,4%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 10 responden dengan presentase 28,6%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju

terdapat pemeliharaan dan perawatan yang baik terhadap mesin-mesin produksi dan fasilitas lain.

### 3) Indikator Prasarana ( $X_{7.3}$ )

Tabel 4.49

Pernyataan ( $X_{7.3.1}$ ): Fasilitas-fasilitas fisik dalam pabrik telah memadai untuk melaksanakan proses produksi yang efektif, efisien, dan ekonomis.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	13	37,1%	65
2	Setuju	4	22	62,9%	88
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	153
Rata-Rata Score					4,37

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.49 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 22 responden dengan presentase 62,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 13 responden dengan presentase 37,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju fasilitas-fasilitas fisik dalam pabrik telah memadai untuk melaksanakan proses produksi yang efektif, efisien, dan ekonomis.

Tabel 4.50  
Pernyataan (X<sub>7.3.2</sub>): Home Industry menyediakan lahan parkir karyawan yang memadahi.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	13	37,1%	65
2	Setuju	4	22	62,9%	88
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	153
Rata-Rata Score					4,37

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.50 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 22 responden dengan presentase 62,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 13 responden dengan presentase 37,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju home Industry menyediakan lahan parkir karyawan yang memadahi.

Tabel 4.51  
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Bukti fisik (X<sub>7</sub>)

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Tata letak bangunan menunjang kelancaran arus bahan baku, barang dalam proses dan barang jadi.(X <sub>7.1.1</sub> )	145	4,14
Tata letak mesin produksi dalam Home Industry telah memadai untuk kelancaran operasi kegiatan produksi.(X <sub>7.1.2</sub> )	145	4,14
Mesin-mesin produksi yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal dalam pelaksanaan proses produksi.(X <sub>7.2.1</sub> )	148	4,23
Terdapat pemeliharaan dan perawatan	150	4,29

yang baik terhadap mesin-mesin produksi dan fasilitas lain.(X <sub>7.2.2</sub> )		
Fasilitas-fasilitas fisik dalam pabrik telah memadai untuk melaksanakan proses produksi yang efektif, efisien, dan ekonomis.(X <sub>7.3.1</sub> )	153	4,37
Home Industry menyediakan lahan parkir karyawan yang memadai.(X <sub>7.3.2</sub> )	153	4,37
Jumlah Nilai Score	894	25,54
Rata-rata Total Score	149	4,256

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.51 pada variabel Bukti Fisik, score tertinggi terletak pada indikator prasaran (X<sub>7.3</sub>) dengan pernyataan fasilitas-fasilitas fisik dalam pabrik telah memadai untuk melaksanakan proses produksi yang efektif, efisien, ekonomis (X<sub>7.3.1</sub>) dan home Industry menyediakan lahan parkir karyawan yang memadai (X<sub>7.3.2</sub>). Dimana total skor sama sama memiliki 153 dengan rata rata 4,37. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator suasana(X<sub>7.1</sub>) dengan pernyataan tata letak bangunan menunjang kelancaran arus bahan baku, barang dalam proses dan barang jadi (X<sub>7.1.1</sub>) dan tata letak mesin produksi dalam Home Industry telah memadai untuk kelancaran operasi kegiatan produksi (X<sub>7.1.2</sub>), total skor 145 serta rata-rata skor 4,14.

#### h. Variabel Penjualan (Y)

##### 1) Indikator Kondisi Pasar ( $Y_1$ )

Tabel 4.52  
Pernyataan ( $Y_{1.1}$ ): Harga produk yang dijual mengikuti perkembangan harga pasar.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	12	34,3%	60
2	Setuju	4	23	65,7%	92
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	152
Rata-Rata Score					4,34

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.52 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 23 responden dengan presentase 65,7%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 12 responden dengan presentase 34,3%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju harga produk yang dijual mengikuti perkembangan harga pasar.

Tabel 4.53  
Pernyataan ( $Y_{1.2}$ ): Kondisi pasar sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	14	40%	70
2	Setuju	4	21	60%	84
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	154
Rata-Rata Score					4,4

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.53 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 21 responden dengan presentase 60%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 14 responden dengan presentase 40%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju kondisi pasar sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk.

Tabel 4.54  
Pernyataan ( $Y_{1.3}$ ): Setiap satu kenaikan bahan pokok akan mempengaruhi harga hanger

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	13	37,1%	65
2	Setuju	4	22	62,9%	88
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	153
Rata-Rata Score					4,37

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.54 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 22 responden dengan presentase 62,9%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 13 responden dengan presentase 37,1%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju setiap satu kenaikan bahan pokok akan mempengaruhi harga hanger

## 2) Indikator Modal ( $Y_2$ )

Tabel 4.55  
Pernyataan ( $Y_{2.1}$ ): Keuntungan dari sebagian hasil yang diperoleh digunakan untuk menambah modal usaha.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	9	25,7%	45
2	Setuju	4	26	74,3%	104
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	149
Rata-Rata Score					4,26

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.55 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 26 responden dengan presentase 74,3%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 9 responden dengan presentase 25,7%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju



keuntungan dari sebagian hasil yang diperoleh digunakan untuk menambah modal usaha.

Tabel 4.56  
Pernyataan (Y<sub>2.2</sub>): Melakukan analisis kemampuan usaha untuk mendapatkan laba yang direncanakan atau diinginkan.

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	9	25,7%	45
2	Setuju	4	26	74,3%	104
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	149
Rata-Rata Score					4,26

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.56 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 26 responden dengan presentase 74,3%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 9 responden dengan presentase 25,7%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju melakukan analisis kemampuan usaha untuk mendapatkan laba yang direncanakan atau diinginkan.

Tabel 4.57  
Pernyataan (Y<sub>2.3</sub>): Jumlah hanger yang diproduksi perusahaan sama dengan total pemasukan produksi

No	Choice	Score	Frekuensi	Presentase	Total Score
1	Sangat Setuju	5	7	20%	35
2	Setuju	4	28	80%	112
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			35	100%	147
Rata-Rata Score					4,2

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pernyataan pada tabel 4.57 dapat kita ketahui bahwa dari 35 responden tidak ada yang menjawab item pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju”, “netral” ataupun “sangat tidak setuju. Dari 35 responden nilai pernyataan tertinggi adalah “setuju” sebanyak 28 responden dengan presentase 80%. Dan paling sedikit menjawab “sangat setuju” sebanyak 7 responden dengan presentase 20%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju jumlah hanger yang diproduksi perusahaan sama dengan total pemasukan produksi

Tabel 4.58  
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Penjualan (Y)

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Harga produk yang dijual mengikuti perkembangan harga pasar.(Y <sub>1.1</sub> )	152	4,34
Kondisi pasar sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk.(Y <sub>1.2</sub> )	154	4,4
Setiap satu kenaikan bahan pokok akan mempengaruhi harga hanger(Y <sub>1.3</sub> )	153	4,37
Keuntungan dari sebagian hasil yang diperoleh digunakan untuk menambah modal usaha.(Y <sub>2.1</sub> )	149	4,26
Melakukan analisis kemampuan usaha untuk mendapatkan laba yang direncanakan atau diinginkan.(Y <sub>2.2</sub> )	149	4,26
Jumlah hanger yang diproduksi perusahaan sama dengan total pemasukan produksi.(Y <sub>2.3</sub> )	147	4,2
Jumlah Nilai Score	904	25,83
Rata-rata Total Score	150	4,305

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.58 pada variabel Penjualan, score tertinggi terletak pada indikator kondisi pasar (Y<sub>1</sub>) dengan pernyataan kondisi pasar sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk(Y<sub>1.2</sub>). Dimana total skor memiliki 154 dengan rata rata 4,4. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah indikator modal (Y<sub>2</sub>) pernyataan jumlah hanger yang diproduksi perusahaan sama dengan total pemasukan produksi(Y<sub>2.3</sub>), total skor 147 serta rata-rata skor 4,2.

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1 Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, digunakan analisis menggunakan SPSS. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya item-item kuesioner dengan menggunakan metode *person correlation*. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom ( $df = n - 2$ ) dimana  $n$  adalah jumlah sample. Apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel maka data dikatakan valid. Dimana ( $df = n - 2$ ) adalah 33 dengan r tabel 0,3338. Dapat diketahui bahwa item pertanyaan X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, dan Y lebih dari r tabel 0,3338.

Hasil pengujian validitas instrumen dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.59  
Validitas Produk (X<sub>1</sub>)

Produk	<i>Person Correlation</i>	R <sub>tabel</sub> (N=35) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
X <sub>1.1.1</sub>	,812	0,3338	Valid
X <sub>1.2.1</sub>	,614	0,3338	Valid
X <sub>1.3.1</sub>	,595	0,3338	Valid
X <sub>1.4.1</sub>	,345	0,3338	Valid
X <sub>1.5.1</sub>	,692	0,3338	Valid
X <sub>1.6.1</sub>	,692	0,3338	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pengujian ada tabel 4.59 Uji validitas di atas diketahui bahwa item X<sub>1.1.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,812 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>1.2.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$

(0,614>0,338) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>1.3.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,595>0,338) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>1.4.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,345>0,338) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>1.5.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,692>0,338) maka indikator dinyatakan valid, dan item X<sub>1.6.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,692>0,338) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.60  
Validitas Harga (X<sub>2</sub>)

Harga	<i>Person Correlation</i>	R <sub>tabel</sub> (N=35) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
X <sub>2.1.1</sub>	,704	0,3338	Valid
X <sub>2.1.2</sub>	,585	0,3338	Valid
X <sub>2.2.1</sub>	,709	0,3338	Valid
X <sub>2.2.2</sub>	,790	0,3338	Valid
X <sub>2.3.1</sub>	,552	0,3338	Valid
X <sub>2.3.2</sub>	,437	0,3338	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pengujian ada tabel 4.60 uji validitas di atas diketahui bahwa item X<sub>2.1.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,704>0,338) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>2.1.2</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,585>0,338) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>2.2.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,709>0,338) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>2.2.2</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,790>0,338) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>2.3.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,552>0,338) maka indikator dinyatakan valid, dan item X<sub>2.3.2</sub> dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,437>0,338) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.61  
Validitas Tempat ( $X_3$ )

Tempat	<i>Person Correlation</i>	$R_{\text{tabel}}$ (N=35) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
$X_{3.1.1}$	,800	0,3338	Valid
$X_{3.1.2}$	,800	0,3338	Valid
$X_{3.2.1}$	,887	0,3338	Valid
$X_{3.2.2}$	,712	0,3338	Valid
$X_{3.3.1}$	,629	0,3338	Valid
$X_{3.3.2}$	,542	0,3338	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pengujian ada tabel 4.61 uji validitas di atas diketahui bahwa item  $X_{3.1.1}$  dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,800 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{3.1.2}$  dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,800 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{3.2.1}$  dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,887 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{3.2.2}$  dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,712 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{3.3.1}$  dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,629 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, dan item  $X_{3.3.2}$  dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,542 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.62  
Validitas Promosi ( $X_4$ )

Promosi	<i>Person Correlation</i>	$R_{\text{tabel}}$ (N=35) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
$X_{4.1.1}$	,944	0,3338	Valid
$X_{4.1.2}$	,944	0,3338	Valid
$X_{4.2.1}$	,636	0,3338	Valid
$X_{4.2.2}$	,335	0,3338	Valid
$X_{4.3.1}$	,808	0,3338	Valid
$X_{4.4.1}$	,944	0,3338	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pengujian ada tabel 4.62 uji validitas di atas diketahui bahwa item  $X_{4.1.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,944 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{4.1.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,944 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{4.2.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,636 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{4.2.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,335 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{4.3.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,808 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, dan item  $X_{4.4.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,944 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.63  
Validitas SDM ( $X_5$ )

Produk	<i>Person Correlation</i>	$R_{tabel}$ (N=35) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
$X_{5.1.1}$	,489	0,3338	Valid
$X_{5.1.2}$	,351	0,3338	Valid
$X_{5.2.1}$	,680	0,3338	Valid
$X_{5.2.2}$	,795	0,3338	Valid
$X_{5.3.1}$	,793	0,3338	Valid
$X_{5.3.2}$	,679	0,3338	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pengujian ada tabel 4.63 uji validitas di atas diketahui bahwa item  $X_{5.1.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,489 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{5.1.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,351 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{5.2.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,680 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{5.2.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,795 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{5.3.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,793 > 0,338$ )

maka indikator dinyatakan valid, dan item  $X_{5.3.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,679 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.64  
Validitas Proses ( $X_6$ )

Proses	<i>Person Correlation</i>	$R_{tabel}$ (N=35) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
$X_{6.1.1}$	,461	0,3338	Valid
$X_{6.1.2}$	,461	0,3338	Valid
$X_{6.2.1}$	,765	0,3338	Valid
$X_{6.2.2}$	,749	0,3338	Valid
$X_{6.3.1}$	,697	0,3338	Valid
$X_{6.3.2}$	,697	0,3338	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pengujian ada tabel 4.64 uji validitas di atas diketahui bahwa item  $X_{6.1.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,461 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{6.1.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,461 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{6.2.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,765 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{6.2.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,749 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $X_{6.3.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,697 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, dan item  $X_{6.3.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,697 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid.



Tabel 4.65  
Validitas Bukti Fisik (X<sub>7</sub>)

Bukti Fisik	<i>Person Correlation</i>	R <sub>tabel</sub> (N=35) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
X <sub>7.1.1</sub>	,661	0,3338	Valid
X <sub>7.1.2</sub>	,661	0,3338	Valid
X <sub>7.2.1</sub>	,673	0,3338	Valid
X <sub>7.2.2</sub>	,857	0,3338	Valid
X <sub>7.3.1</sub>	,781	0,3338	Valid
X <sub>7.3.2</sub>	,781	0,3338	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pengujian ada tabel 4.56 uji validitas di atas diketahui bahwa item X<sub>7.1.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,661 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>7.1.2</sub> dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,661 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>7.2.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,673 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>7.2.2</sub> dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,857 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X<sub>7.3.1</sub> dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,781 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, dan item X<sub>7.3.2</sub> dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,781 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.66  
Validitas Penjualan (Y)

Penjualan	<i>Person Correlation</i>	R <sub>tabel</sub> (N=35) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
Y <sub>1.1</sub>	,780	0,3338	Valid
Y <sub>1.2</sub>	,886	0,3338	Valid
Y <sub>1.3</sub>	,863	0,3338	Valid
Y <sub>2.1</sub>	,660	0,3338	Valid
Y <sub>2.2</sub>	,660	0,3338	Valid
Y <sub>2.3</sub>	,340	0,3338	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan pengujian ada tabel 4.66 uji validitas di atas diketahui bahwa item  $Y_{1.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,780 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $Y_{1.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,886 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $Y_{1.3}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,863 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $Y_{2.1}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,660 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, item  $Y_{2.2}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,660 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid, dan item  $Y_{2.3}$  dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,340 > 0,338$ ) maka indikator dinyatakan valid.

## 2 Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach`s diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach`s 0 sampai 1. Suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach`s > dari 0.60. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Alpa Cronbach 0,00 – 0.20 berarti kurang reliabel
- b. Nilai Alpa Cronbach 0,21 – 0.40 berarti agak reliabel

- c. Nilai Alpa Cronbach 0,41 – 0.60 berarti cukup reliabel
- d. Nilai Alpa Cronbach 0,61 – 0.80 berarti reliabel
- e. Nilai Alpa Cronbach 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable

Tabel 4.67  
Hasil Uji Reliabilitas  $X_1$

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
,641	6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.67 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan nomor 1 sampai 6 variabel produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,641. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah reliabel.

Tabel 4.68  
Hasil Uji Reliabilitas  $X_2$

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
,680	6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.68 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan nomor 1 sampai 6 variabel produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,680. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah reliabel.

Tabel 4.69  
Hasil Uji Reliabilitas X<sub>3</sub>

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,831	6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.69 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan nomor 1 sampai 6 variabel produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,831. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah reliabel.

Tabel 4.70  
Hasil Uji Reliabilitas X<sub>4</sub>

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,887	6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.70 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan nomor 1 sampai 6 variabel produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,887. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah reliabel.

Tabel 4.71  
Hasil Uji Reliabilitas  $X_5$

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,674	6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.71 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan nomor 1 sampai 6 variabel produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,674. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah reliabel.

Tabel 4.72  
Hasil Uji Reliabilitas  $X_6$

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,697	6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.72 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan nomor 1 sampai 6 variabel produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,697. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah reliabel.

Tabel 4.73  
Hasil Uji Reliabilitas X<sub>7</sub>

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,832	6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 473 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan nomor 1 sampai 6 variabel produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,832. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah reliabel.

Tabel 4.74  
Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,802	6

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel 4.74 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk pertanyaan nomor 1 sampai 6 variabel produk lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,802. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah reliabel.

## F. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov dengan membandingkan nilai Sig. dengan taraf signifikan  $\alpha$  (0,05). Jika nilai sig. atau signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai sig. atau signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil pengujian dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov:

Uji normalitas digunakan untuk menguji normal tidaknya sampel dari data yang telah terkumpul. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software SPSS 24.0 dengan perumusan sebagai berikut.

$H_0$  = data tidak berdistribusi normal

$H_1$  = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau  $\alpha = 0,05$ , terima  $H_1$  jika nilai signifikansi  $\geq \alpha$  dan tolak  $H_1$  jika nilai signifikansi  $\leq \alpha$ . Hasil uji normalitas data penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Tabel 4.75  
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test									
		Produk	Harga	Tempat	Promosi	SDM	Proses	Bukti Fisik	Penjualan
N		35	35	35	35	35	35	35	35
Normal Parameters <sup>a</sup> b	Mean	24,34	24,80	25,80	25,91	25,17	24,63	25,54	25,83
	Std. Deviation	1,662	2,247	1,982	2,120	1,445	1,832	1,915	1,963
Most Extreme Differences	Absolute	,296	,182	,304	,331	,262	,206	,304	,281
	Positive	,296	,182	,304	,331	,262	,206	,304	,281
	Negative	-,190	-,132	-,185	-,209	-,209	-,194	-,210	-,176
Asymp. Sig. (2-tailed)		,296	,182	,304	331	,262	,206	304	,281
a. Test distribution is Normal.									
b. Calculated from data.									
c. Lilliefors Significance Correction.									

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

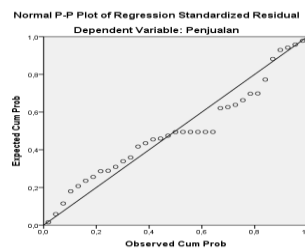
Berdasarkan tabel 4.75 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh angka probabilitas atau Asym. Sig. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ ) memiliki hasil menunjukkan hasil bahwa seluruh variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* variabel produk sebesar 0,296 lebih besar dari 0,05 ( $0,296 > 0,05$ ), variabel harga sebesar 0,182 lebih besar dari 0,05 ( $0,182 > 0,05$ ), variabel tempat sebesar 0,304 lebih besar dari 0,05 ( $0,304 > 0,05$ ), variabel promosi sebesar 0,331 lebih besar dari 0,05 ( $0,331 > 0,05$ ), variabel SDM sebesar 0,262 lebih besar dari 0,05 ( $0,262 > 0,05$ ), variabel proses sebesar 0,206 lebih besar dari 0,05 ( $0,206 > 0,05$ ), faktor



bukti fisik sebesar 0,304 lebih besar dari 0,05 ( $0,304 > 0,05$ ), dan variabel penjualan sebesar 0,281 lebih besar dari 0,05 ( $0,281 > 0,05$ ).

Gambar4.1

### Uji P-Plot



Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Pada normalitas data dengan Normal P-P Plot gambar , data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

## G. Uji Asumsi Klasik

### 1 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 ( $< 10$ ) maka model terbebas dari multikolinieritas. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas data dari spss 24.0 :

Tabel 4.76  
Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,325	5,991			
	Produk	,458	,257	,388	,324	3,087
	Harga	,568	,244	-,650	,197	5,082
	Tempat	,691	,292	,698	,176	5,685
	Promosi	,178	,173	,192	,437	2,291
	SDM	,071	,205	,052	,673	1,485
	Proses	,170	,245	-,158	,293	3,408
	Bukti_Fisik	,354	,176	,346	,518	1,931

a. Dependent Variable: Penjualan

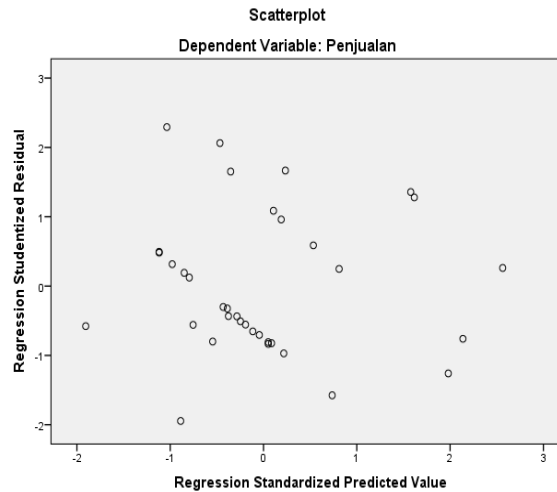
Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Dari hasil pengujian multikolineoritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai variance inflation factor (VIF) yaitu: produk 3,087, harga 5,082, tempat 5,685, promosi 2,291, SDM 1,485, proses 3,408, dan bukti fisik 1,931 lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan variabel - variable independen terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas

## 2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model.

Gambar 4.2



Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Dari grafik diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi penjualan berdasarkan masukan variabel independen (produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik)

#### H. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan) antara variabel bebas (produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik) dengan variabel terikat (penjualan). Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat tabel berikut ini:

Tabel 4.77  
Regresi linier berganda

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2,325	5,991	
	Produk	,458	,257	,388
	Harga	,568	,244	-,650
	Tempat	,691	,292	,698
	Promosi	,178	,173	,192
	SDM	,071	,205	,052
	Proses	,170	,245	-,158
	Bukti_Fisik	,354	,176	,346

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel diatas maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,325 + 0,458X_1 - 0,568X_2 - 0,691X_3 - 0,178X_4 - 0,071X_5 - 0,170X_6 - 0,354X_7$$

Keterangan :

X1 : Produk

X2 : Harga

X3 : Tempat

X4 : Promosi

X5 : SDM

X6 : Proses

X7 : Bukti Fisik

Y : Volume Penjualan

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2,325, artinya jika produk (X1), harga (X2), tempat (X3), promosi (X4), sumber daya manusia (X5), proses (X6), dan bukti fisik (X7) nilainya adalah 0, maka penjualan (Y) nilainya sebesar 2,325.
2. Koefisien regresi variabel produk (X1) sebesar 0,458 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% integritas, maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0,458. Koefisiensi yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara produk dengan tingkat penjualan dari perusahaan Beruang Mas, semakin baik faktor produk maka semakin meningkat pula penjualan dari perusahaan Beruang Mas.
3. Koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,568 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% harga, maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0,568. Koefisiensi yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara harga dengan tingkat penjualan dari perusahaan Beruang Mas, semakin baik faktor harga maka semakin meningkat pula penjualan dari perusahaan Beruang Mas.
4. Koefisien regresi variabel tempat (X3) sebesar 0,691 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% faktor tempat, maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0,692. Koefisiensi yang bernilai positif artinya faktor tempat dengan tingkat penjualan dari perusahaan Beruang Mas, semakin baik

faktor tempat maka semakin meningkat pula penjualan dari perusahaan Beruang Mas.

5. Koefisien regresi variabel promosi (X4) sebesar 0,178 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% promosi, maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0,178. Koefisiensi yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara faktor promosi dengan tingkat penjualan dari perusahaan Beruang Mas, semakin baik faktor promosi maka semakin meningkat pula penjualan dari perusahaan Beruang Mas.
6. Koefisien regresi variabel sumber daya manusia (X5) sebesar 0,071 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% faktor SDM, maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0,071. Koefisiensi yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara sumber daya manusia dengan tingkat penjualan dari perusahaan Beruang Mas, semakin baik faktor SDM maka semakin meningkat pula penjualan dari perusahaan Beruang Mas.
7. Koefisien regresi variabel proses (X6) sebesar 0,179 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% faktor proses, maka akan meningkatkan penjualan perusahaan sebesar 0,170. Koefisiensi yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara proses dengan tingkat penjualan dari perusahaan Beruang Mas, semakin baik faktor proses maka semakin meningkat pula penjualan dari perusahaan Beruang Mas.
8. Koefisien regresi variabel bukti fisik (X7) sebesar 0,354 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% bukti fisik, maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0,354. Koefisiensi yang bernilai positif artinya terjadi

pengaruh positif antara bukti fisik dengan tingkat penjualan dari perusahaan Beruang Mas, semakin baik faktor produk maka semakin meningkat pula penjualan dari perusahaan Beruang Mas.

## **I. Uji Hipotesis**

### **1. Uji T (Uji Parsial)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh produk, harga tempat promosi, sdm, proses dan bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Adapun hipotesis awal sebagai berikut:

H0 : produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

H1 : produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung

Tabel 4.78  
Hasil Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,325	5,991		,094	,047
	Produk	,458	,257	,388	1,784	,036
	Harga	,568	,244	-,650	2,329	,005
	Tempat	,691	,292	,698	2,365	,007
	Promosi	,178	,173	,192	2,024	,023
	SDM	,071	,205	,052	2,345	,003
	Proses	,170	,245	-,158	1,963	,045
	Bukti_Fisik	,354	,176	,346	2,010	,035

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengaruh Proses ( $X_1$ ) Terhadap Penjualan (Y)

$H_0$  = Tidak ada pengaruh signifikan antara produk terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

$H_1$  = Ada pengaruh signifikan antara produk terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai produk t hitung sebesar 1,784 lebih besar dari t tabel yaitu 1,70113 maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap penjualan, dan nilai signifikan produk sebesar 0,036 lebih kecil dari alpha 0,05 maka signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung



b. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) Terhadap Penjualan (Y)

$H_0$  = Tidak ada pengaruh signifikan antara harga terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

$H_1$  = Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai harga t hitung sebesar 2,329 lebih besar dari t tabel yaitu 1,70113 maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap penjualan, dan nilai signifikan harga sebesar 0,005 lebih kecil dari alpha 0,05 maka signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung

c. Pengaruh Tempat ( $X_3$ ) Terhadap Penjualan (Y)

$H_0$  = Tidak ada pengaruh signifikan antara tempat terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

$H_1$  = Ada pengaruh signifikan antara tempat terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai tempat t hitung sebesar 2,365 lebih besar dari t tabel yaitu 1,70113 maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap penjualan, dan nilai signifikan tempat sebesar 0,007 lebih kecil dari alpha 0,05 maka signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

d. Pengaruh Promosi ( $X_4$ ) Terhadap Penjualan (Y)

$H_0$  = Tidak ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

$H_1$  = Ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai promosi t hitung sebesar 2,024 lebih besar dari t tabel yaitu 1,70113 maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap penjualan dan nilai signifikan promosi sebesar 0,023 lebih kecil dari alpha 0,05 maka signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

e. Pengaruh SDM ( $X_5$ ) Terhadap Penjualan (Y)

$H_0$  = Tidak ada pengaruh signifikan antara SDM terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

$H_1$  = Ada pengaruh signifikan antara SDM terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai SDM t hitung sebesar 2,345 lebih besar dari t tabel yaitu 1,70113 maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap penjualan, dan nilai signifikan SDM sebesar 0,003 lebih kecil dari alpha 0,05 maka signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

f. Pengaruh Proses ( $X_6$ ) Terhadap Penjualan (Y)

H<sub>0</sub> = Tidak ada pengaruh signifikan antara proses terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

H<sub>1</sub> = Ada pengaruh signifikan antara proses terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai proses t hitung sebesar 1,963 lebih besar dari t tabel yaitu 1,70113 maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap penjualan, dan nilai signifikan proses sebesar 0,045 lebih kecil dari alpha 0,05 maka signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

g. Pengaruh Bukti Fisik ( $X_7$ ) Terhadap Penjualan (Y)

H<sub>0</sub> = Tidak ada pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

H<sub>1</sub> = Ada pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai bukti fisik t hitung sebesar 2,010 lebih besar dari t tabel yaitu 1,70113 maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap penjualan, dan nilai signifikan bukti fisik sebesar 0,035 lebih kecil dari alpha 0,05 maka signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

## 2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh secara simultan antara produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Adapun hipotesis awal sebagai berikut:

H0 : produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

H1 : produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap penjualan di home industry Beruang Mas Tulungagung.

Tabel 4.79  
Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76,794	7	10,971	5,467	,001 <sup>b</sup>
	Residual	54,178	27	2,007		
	Total	130,971	34			
a. Dependent Variable: Penjualan						
b. Predictors: (Constant), Bukti_Fisik, Produk, SDM, Harga, Promosi, Proses, Tempat						

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil analisis regresi secara simultan didapatkan nilai F hitung sebesar 5,467 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,37 atau Signifikansi F sebesar 0,001 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, sehingga H0 Ditolak dan H1 Diterima.

## J. Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui Adjust R. Semakin besar angka  $R^2$  maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.80  
Hasil uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,916 <sup>a</sup>	,839	,479	1,417
a. Predictors: (Constant), Bukti_Fisik, Produk, SDM, Harga, Promosi, Proses, Tempat				
b. Dependent Variable: Penjualan				

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24.0, 2019

Dari tabel *modal summary*, dapat kita lihat bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,839, artinya presentase variabel produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik memiliki pengaruh sebesar 83,9% terhadap penjualan di Perusahaan Beruang Mas dan 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian.