

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
JIMAWA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA): *Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan*, adalah jurnal independen yang berisi hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah serta pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai bidang Ilmu Ekonomi. Terbit tiga kali dalam setahun (Maret, Juli, dan November). Kami mengundang segenap akademisi, penulis, dan peneliti untuk mengirimkan tulisan atau karya ilmiahnya guna dimuat pada **JIMAWA** edisi Vol.2 No.2 Juli 2022. **JIMAWA** mengikuti format penulisan sebagaimana yang ditentukan dalam pedoman Akreditasi Jurnal Nasional (Arjuna Kemendikbud RI).

ADAPUN SYARAT DAN KETENTUAN PENULISAN:

1. Artikel merupakan karya ilmiah orisinal yang belum pernah dipublikasikan.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Artikel meliputi : Judul, Nama lengkap penulis, Instansi Penulis, Email, Abstrak (Indonesia/Inggris), Kata-kata kunci, PENDAHULUAN, METODE, HASIL dan PEMBAHASAN, SIMPULAN serta DAFTAR PUSTAKA.
4. Artikel dikirim dalam bentuk *Microsoft Word* melalui *submission*.
5. Konfirmasi pengiriman naskah tulisan kepada **Sugeng Widodo** (0819 0807 7567) dan **Diana Azwina** (0878 0942 7028)
6. *Template* Penulisan dalam bentuk *Microsoft Word* dapat di *download* pada *link* Jurnal Ilmiah Mahasiswa (**JIMAWA**) <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMW/index>.

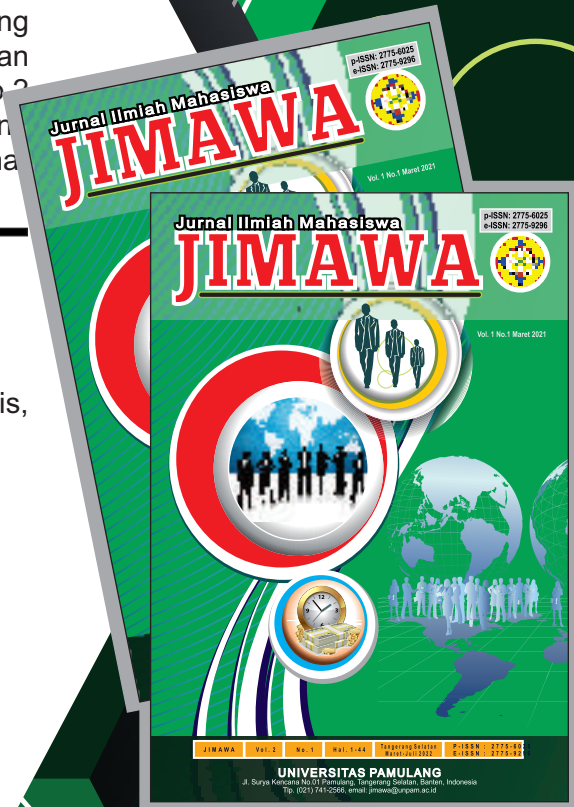
KEPUTUSAN DEWAN REDAKSI :

Penyunting berhak menyeleksi dan mengedit naskah yang masuk. Untuk informasi kepastian proses selanjutnya akan diberitahukan kepada penulis. Substansi tulisan atau artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan, kecuali atas permintaan penulis.

Alamat Redaksi

Jurnal Ilmiah Mahasiswa (**JIMAWA**):
Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan.
Jalan Surya Kencana No. 1 Pamulang, Tangerang Selatan,
Banten 15417,
Telp. 021-7412566 Fax. 021-7412566,
Link Web : <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/>
e-mail : jimawa@unpam.ac.id.
Kontak Person : 081386165113

**CALL
FOR
PAPERS**



Prodi Manajemen UNPAM

Jurnal Ilmiah Mahasiswa (**JIMAWA**) Sumber Daya Manusia, Pemasaran & Keuangan

VOL.2 NO.1

Jurnal Ilmiah Mahasiswa

JIMAWA

p-ISSN: 2775-6025
e-ISSN: 2775-9296



Vol. 1 No.1 Maret 2021



JIMAWA Vol. 2 No. 1 Hal. 1-44 Tangerang Selatan P-ISSN : 2775-6025
Maret-Juli 2022 E-ISSN : 2775-9296

UNIVERSITAS PAMULANG

Jl. Surya Kencana No.01 Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
Tlp. (021) 741-2566, email: jimawa@unpam.ac.id

Jurnal Ilmiah Mahasiswa

JIMAWA

p-ISSN: 2775-6025
e-ISSN: 2775-9296



Vol. 1 No.1 Maret 2021



JIMAWA	Vol. 2	No. 1	Hal. 1-44	Tangerang Selatan Maret-Juli 2022	P-ISSN : 2775-6025 E-ISSN : 2775-9296
--------	--------	-------	-----------	--------------------------------------	--

UNIVERSITAS PAMULANG
Jl. Surya Kencana No.01 Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
Tlp. (021) 741-2566, email: jimawa@unpam.ac.id

Jurnal Ilmiah Mahasiswa (**JIMAWA**) terbit tiga kali setahun pada bulan Maret, Juli, dan November. Naskah JIMAWA merupakan tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah dalam bidang Ilmu Manajemen (Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan)

Dewan Redaksi

Advisory of Editor

Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang

Chief of Editor

Drs. Gatot Kusjono, M.M.

Managing Editor

Drs. Gatot Kusjono, M.M.

Editor Board

Sugeng Widodo, S.E., M.M.

Suprianto, S.Pd., M.M.

Diana Azwina, S.Si., M.Si.

Lismiatun, S.E., M.M.

Herry Suherman, S.Sos., M.M.

Feb Amni Hayati, S.E., M.M.

Reviewer

Dr. Kasmad, S.E., M.M.

Dr. Udin Ahidin, S.E., M.M.

Alamat Redaksi:

Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang Tangerang Selatan Banten

Telp/Fax. (021) 741 2566 e-mail: jimawa@unpam.ac.id

Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA) diterbitkan oleh Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, sejak Maret 2021.

Terbit berkala setiap empat bulan sekali (tiga kali setahun).

PENGANTAR REDAKSI

Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah Subhanahuwata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga redaksi dapat menerbitkan **Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA) Volume 2 No. 1 Maret-Juni 2022**. Jurnal ini merupakan Jurnal Ilmiah di bidang: Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan yang diterbitkan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang.

Pada penerbitan Volume 2, No.1, Maret-Juni 2022 ini, Redaksi **Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)** menerbitkan 5 (lima) artikel tulisan yang terdiri dari berbagai hasil penelitian dan kajian di bidang Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan.

Tim redaksi mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu sehingga **Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)** pada Vol. 2, No. 1 Maret-Juni 2022 ini dapat terbit sesuai jadwal yang direncanakan. Kami tetap mengharapkan kiriman tulisan-tulisan dari Anda, khususnya para dosen, mahasiswa, dan para peneliti yang berasal dari Universitas Pamulang maupun yang berasal dari perguruan tinggi lainnya.

Dalam hal ini, makalah atau tulisan yang dikirim langsung melalui Open Journal System (OJS) dengan alamat <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMW/index> atau ke alamat redaksi diharapkan mengikuti format panduan penulisan **Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)** yang telah kami sampaikan.

Akhirnya, kami berharap semoga **Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)** ini bermanfaat bagi semua pihak yang berminat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan manajemen di Indonesia.

Kami sangat mengharapkan adanya komentar, kritik, dan saran dari pembaca demi perbaikan dan mutu **Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)** ini.

Salam dari redaksi. Sampai jumpa pada terbitan edisi berikutnya. Selamat membaca dan berkarya.

Wassalamu 'alaikum warohmatullahi wabarokatuh.

Redaksi

DAFTAR ISI

p-ISSN 2775-6025 ; e-ISSN 2755-9296 DOI:10.32493
Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA), Vol. 2, No. 1, Maret 2022
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMW/index>



Dewan Redaksi	ii
Pengantar Redaksi	iii
Daftar Isi	iv
Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan <i>Intan Permata Putri & Retno Wulansar</i>	1-10
Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Purantara In-Flight Catering <i>Gatot Kusjono, Faisal Ahmad Gunawan & Suprianto</i>	11-19
Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Piutang Terhadap Return On Investment Pada PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. Periode 2011-2020 <i>Wulida Fajriatil Fitroh & Endang Puji Astutik</i>	20-28
Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor <i>Jordan Bastian & Sugeng Widodo</i>	29-35
Pengaruh Earning Per Share, Debt To Equity Ratio Dan Return On Asset Terhadap Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020 <i>Anti Hidayanti & Ferdina Watiningsih</i>	36-44

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
JIMAWA 



Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan

Intan Permata Putri¹, Retno Wulansari²

¹Mahasiswa Manajemen (NIM. 171010506579)¹ Universitas Pamulang; intanputri2911@gmail.com¹

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang; dosen00568@unpam.ac.id^{2*}

Received 22 Maret 2022 | Revised 25 Maret 2022 | Accepted 25 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan membeli di Outlet Ayam Bakar Irzah. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, analisis regresi linear sederhana, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, pengujian hipotesis yaitu uji t dan uji f. Ada pengaruh Kualitas Produk secara parsial dengan nilai $t = 12,226$, ada pengaruh Harga secara parsial dengan nilai $t = 11,776$, ada pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan dengan nilai $f = 79,607$. Secara keseluruhan Kualitas Produk dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 63,1% dan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this study was to find out the effect of product quality and price on customer purchase decision at Outlet Ayam Bakar Irzah, Serua, Ciputat South Tangerang branch. This research used associative methods with quantitative approaches. The population in this study was all consumers who have visited and purchased in Ayam Bakar Irzah Outlet. The sample number of the study was 96 respondents. Sampling Technique was an accidental sampling. Data analysis techniques used in this study was a validity test, reliability test, classic assumption test i.e. normality test, test multicollinerity, heterokedastisitas test, autocorrelation test, simple linear regression analysis, multiple linear regression, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, testing Hypotheses are the t and f test. There was a partial product quality effect with a value of $t = 12,226$, there was a partial Price effect with a value of $t = 11,776$, there was also an effect of Quality Product and Price simultaneously with a value of $f = 79,607$. Overall the Product Quality and Price affects the purchase decision by 63.1% and the remaining influenced by other factors by 36.9%.

Keywords: Quality Product; Price; Customer Decisions

PENDAHULUAN

Dunia bisnis di Indonesia tiap tahun mengalami perkembangan yang semakin meningkat pesat, banyaknya orang yang meninggalkan pekerjaan utama demi membuka bisnis sendiri karena keuntungan yang didapat lebih pasti. Di Indonesia sendiri tidak sedikit jumlah jenis-jenis bisnis yang mulai berkembang, salah satunya adalah bisnis kuliner. Dalam bisnis kuliner harus bisa menciptakan banyak inovasi-inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk memiliki sesuatu yang bisa menciptakan dan selalu berpikir bagaimana caranya untuk bisa menarik para konsumen agar menjadikan usaha yang mereka bangun terlihat berbeda dengan usaha kuliner lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada kuartal II/2021, industri makanan dan minuman tumbuh 2,95 persen secara year-on-year, naik dari 2,45 persen pada triwulan sebelumnya. Sementara itu secara quarter-to-quarter industri ini tumbuh 2,37 persen (ekonomi.bisnis.com).

Saat ini penjualan di bidang kuliner sangatlah bervariasi, kuliner sendiri merupakan salah satu hasil budaya yang erat kaitannya dengan masyarakat. Peluang ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis kuliner dengan bersaing semakin ketat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang ditawarkan, memang bisnis kuliner ini sangat menjanjikan dan paling banyak digandrungi masyarakat, sebab makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi setiap hari, umumnya pengelolaan makanan selalu berusaha untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik. Dengan berbagai macam jenis makanan, minuman, sampai jajanan yang ditawarkan dengan bertujuan untuk dapat memanjakan lidah dari para penikmat kuliner. Semakin enak dan lezat makanan yang dibuat maka bisnis kuliner akan semakin dikenal banyak orang sehingga para konsumen akan memutuskan membeli produk yang di tawarkan.

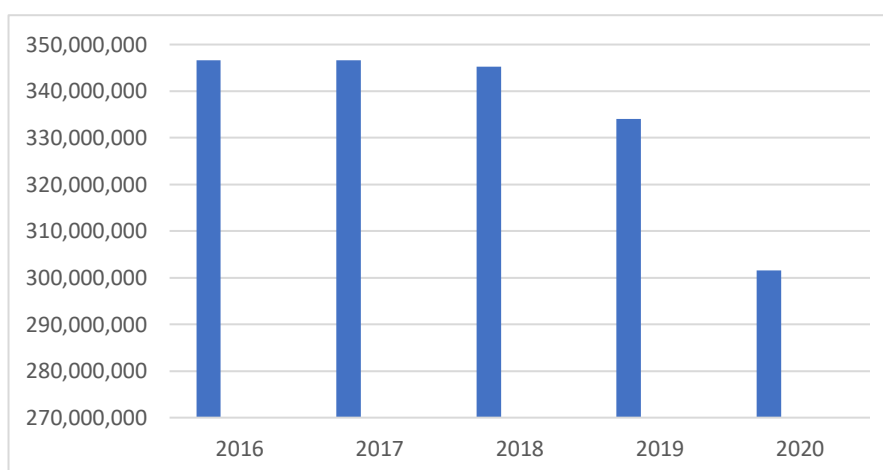
Salah satu bisnis kuliner yang banyak menyajikan makanan dibuat dari bahan dasar daging ayam. Olahan daging ayam yang banyak dicari serta dikonsumsi masyarakat salah satunya adalah ayam bakar. Ayam bakar merupakan menu makanan yang berasal dari bahan baku ayam yang diberikan bumbu bermacam-macam rempah pilihan dengan proses masak di bakar, mampu membuat cita rasa yang khas terutama bagi yang menyukai olahan daging ayam. Peluang bisnis ayambakar hingga saat ini terbuka cukup lebar, dengan pangsa pasar yang luas membuat bisnis ayam bakar dapat diperhitungkan sebagai usaha yang menguntungkan.

Outlet dengan menyajikan menu makanan ayam bakar yang diberikan nama "Outlet Ayam Bakar Irzah" berdiri sejak tahun 2015 dengan nama pemilik Ibu Lia Azizah. Outlet Ayam Bakar Irzah dibuka sejak pukul 10.00 – 20.00 WIB. Outlet Ayam Bakar Irzah untuk saat ini memiliki dua cabang yang berlokasi di daerah Legoso Raya no 14f dan di Jl.Aria Putra No.20, Serua Indah Ciputat. Outlet ini tergolong sepi pembeli karena masih dalam periode pandemi Covid-19, yang mengakibatkan penjualan yang dihasilkan mengalami penurunan yang cukup drastis dan Outlet Ayam Bakar Irzah hanya melayani *takeaway*. Outlet ini memiliki lokasi yang cukup strategis, tepat di pinggir jalan raya dan tempat parkir kendaraan yang cukup luas. Selain itu Outlet Ayam Bakar Irzah selalu mengadakan kegiatan sedekah Bersama dengan tema seram (Sedekah Rame-Rame Bersama Irzah) dan Outlet Ayam Bakar Irzah juga Menerima permintaan khusus dari pelanggan yaitu pesanan ayam bakar box. Pihak internal sudah melakukan upaya yang maksimal untuk menarik para pelanggan agar bisa berlangganan di Outlet ini, upaya yang dilakukan tentu saja dengan melakukan promosi dengan cara promosi ke media sosial salah satunya adalah melalui *instagram*.

Tabel 1. Data Penjualan Outlet Ayam Bakar Irzah

Bulan	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	29.437.000	28.215.000	28.734.000	28.632.000	26.393.000
Februari	29.298.000	28.362.000	28.538.000	28.385.000	26.346.000
Maret	28.282.000	28.581.000	28.635.000	27.364.000	26.132.000
April	28.370.000	29.040.000	29.220.000	28.386.000	25.890.000
Mei	28.385.000	29.228.000	28.300.000	27.163.000	25.766.000
Juni	29.242.000	28.978.000	28.946.000	27.972.000	25.543.000
juli	28.895.000	29.342.000	28.300.000	27.770.000	24.999.000
Agustus	28.895.000	29.105.000	29.495.000	28.843.000	24.789.000
September	29.156.000	28.766.000	29.372.000	28.330.000	24.567.000
Oktober	28.874.000	28.780.000	28.548.000	27.665.000	23.455.000
November	28.536.000	28.864.000	28.536.000	26.885.000	23.413.000
Desember	29.025.000	29.346.000	28.610.000	26.637.000	24.305.000
Total	346.605.000	346.607.000	345.234.000	334.032.000	301.598.000

Sumber : Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat



Sumber : Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat

Gambar 1. Diagram Dara Penjualan Outlet Ayam Bakar Irzah

Berdasarkan data yang tertera menunjukkan bahwa pada tahun 2016 dan tahun 2017 hasil penjualan masih terlihat stabil, pada tahun 2018 penjualan sebesar Rp.345.234.000 mulai mengalami penurunan, sedangkan tahun 2019 tetap mengalami penurunan sebesar 334.032.000 dan tahun 2020 penjualan mengalami penurunan drastis sebesar Rp.301.598.000 dikarenakan pada tahun ini terjadinya pandemic Covid-19, yang mengakibatkan turunnya minat konsumen untuk membeli Ayam Bakar Irzah. Padahal dari pihak internal sudah melakukan promosi untuk menarik pelanggan agar bisa berlangganan.

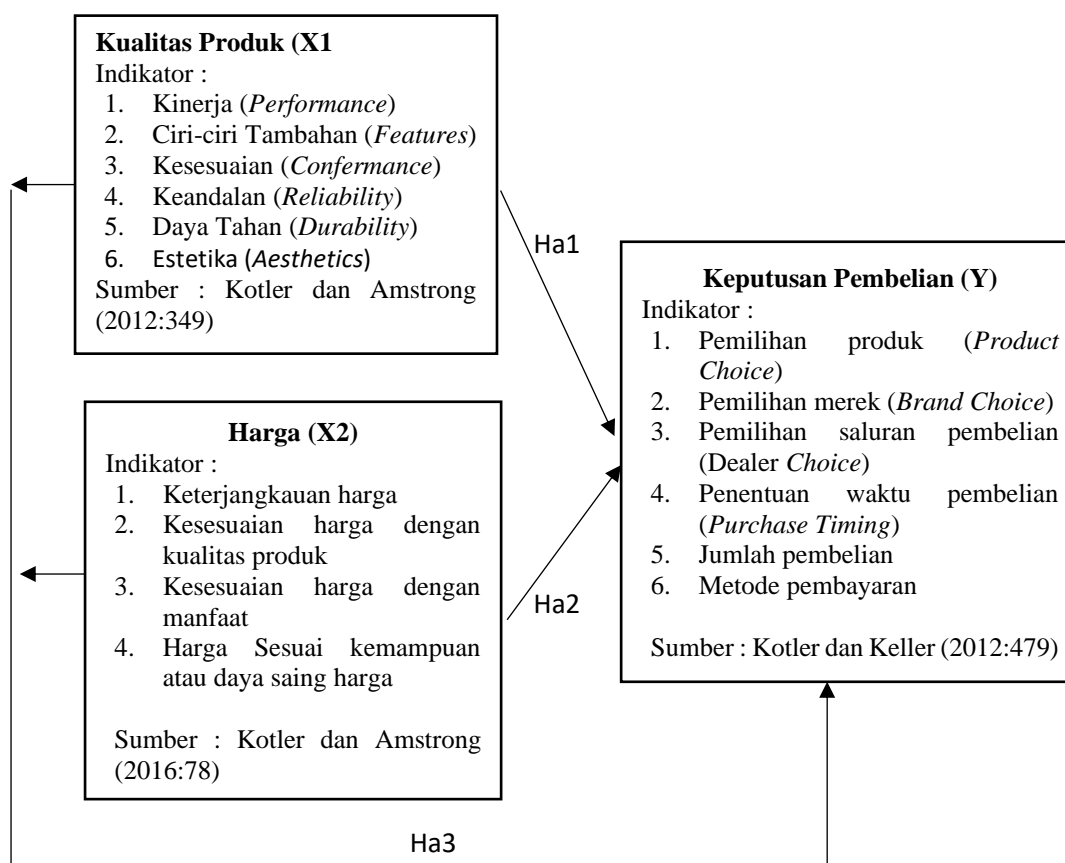
Agar dapat bersaing, Outlet Ayam Bakar Irzah harus memiliki strategi-strategi penjualan

dan dapat lebih meningkatkan penjualan. Kualitas produk dan harga menjadi perhatian setiap pebisnis dalam menjalankan bisnis kuliner karena hal itu menjadi pertimbangan yang cukup kuat bagi para konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Harga yang terjangkau dan penciptaan kualitas produk yang baik menjadi strategi setiap pebisnis maupun Outlet Ayam Bakar Irzah untuk menarik calon konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Proses pengambilan keputusan diawali pada saat konsumen mempunyai sebuah kebutuhan, lalu konsumen tertarik pada sebuah produk untuk dibeli. Namun sebelum melakukan pembelian konsumen mencari informasi yang berhubungan dengan produk

yang akan dibeli dan konsumen mulai mempunyai minat untuk membeli produk tersebut. Konsumen juga tidak berhenti pada keputusan pembelian saja, konsumen harus melakukan keputusan yang telah diambil.

Kerangka Berpikir

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2017:60) mendefinisikan bahwa “Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting”. Kerangka berpikir penelitian ini seperti ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 2. Kerangka Berpikir Penelitian

Hipotesis

- Ha1: “Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan”.
- Ha2: “Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan”
- Ha3: “Terdapat pengaruh antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan”.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. “Metode asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih” (Sugiyono, 2017:36). Sedangkan “kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan

tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan” (Sugiyono, 2017:7). Penelitian ini akan meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Tangerang Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Outlet Ayam Bakar Irzah dengan menggunakan rumus Rao Purba untuk mencari sampel, maka di dapatkan hasil 96,04 dibulatkan menjadi sebesar 96 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Untuk mengelola uji validitas, peneliti menggunakan SPSS Versi 26 dengan kriteria jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka “valid” dan jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka tidak valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0.735	0.200	Valid
2	0.742	0.200	Valid
3	0.768	0.200	Valid
4	0.844	0.200	Valid
5	0.758	0.200	Valid
6	0.767	0.200	Valid
7	0.840	0.200	Valid
8	0.639	0.200	Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbatch Alpha	Standart CronbatchAlpha	Ket.
Kualitas Produk(X1)	0.921	0.600	Reliabel
Harga (X2)	0.908	0.600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.906	0.600	Reliabel

Sumber : Output SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel, hal ini

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
9	0.799	0.200	Valid
10	0.776	0.200	Valid

Sumber : Output SPSS Versi 26

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0.811	0.200	Valid
2	0.902	0.200	Valid
3	0.817	0.200	Valid
4	0.802	0.200	Valid
5	0.778	0.200	Valid
6	0.792	0.200	Valid
7	0.756	0.200	Valid

Sumber : Output SPSS Versi 26

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0.725	0.200	Valid
2	0.842	0.200	Valid
3	0.855	0.200	Valid
4	0.798	0.200	Valid
5	0.842	0.200	Valid
6	0.821	0.200	Valid
7	0.746	0.200	Valid

Sumber : Output SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel (0,200)

dibuktikan dengan masing- masing variabel memiliki nilai *Cronbatch Alpha* lebih dari 0,600.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	1.849	2.104		.879	.382
Kualitas Produk (X1)	.377	.127	.476	2.983	.004
Harga (X2)	.369	.176	.334	2.092	.039

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 1,849 + 0,377 X_1 + 0,369 X_2$. Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai a sebesar 1,849 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan Pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2). Jika variabel independent tidak ada maka variabel Keputusan Pembelian tidak mengalami perubahan.
- b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,377, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif

terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 varian variabel Kualitas Produk maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0,377 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

- b2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,369 menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 variabel Harga maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0.369 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.631	.623	2.63955

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan pada hasil pengujian tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,631. hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y yaitu sebesar 63,1% dan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh factor lain.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Uji Parsial (Uji t) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
Kualitas Produk	.621	.051	.784	12.226	.000
Harga	.852	.072	.772	11.776	.000

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1 dan X2 terhadap Y secara parsial maka digunakan uji t, serta mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independent terhadap variabel dependen.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas bahwa :

- a. nilai signifikansi pada variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(12,226 > 1,986)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- b. nilai signifikansi pada variabel harga (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(11,776 > 1,986)$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a

diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga (X2) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Simultan (Uji f)

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1 dan X2 terhadap Y secara Bersama-sama (simultan) maka digunakan uji f. pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independent yang terdapat dalam model penelitian secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Uji Simultan (Uji f)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1109.287	2	554.643	79.607	.000 ^b
Residual	647.953	93	6.967		
Total	1757.240	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $(79,607 > 3.093)$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterimayang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang selatan

Hasil nilai koefisien dari kualitas produk adalah 0,377, yakni bernilai positif yang berarti memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 varian variabel Kualitas Produk maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0,377. Hasil uji t (parsial) dalam penelitian ini

menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan melihat tabel t. pada tabel tersebut diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudian diketahui nilai t_{hitung} adalah $12,226 > t_{tabel}$ 1,986 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan

Hasil nilai koefisien dari variabel harga adalah 0,369 menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 variabel Harga maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0.369. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel

harga (X2) diperoleh nilai thitung sebesar $11,776 > t_{tabel} 1,986$ dengan nilai signifikansi dari variabel harga adalah $0,000 < 0,05$, maka harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan

Nilai a sebesar 1,849 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan Pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2). Jika variabel *independent* tidak ada maka variabel Keputusan Pembelian tidak mengalami perubahan. Hasil uji f (simultan) menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh f_{hitung} sebesar $79,607 > f_{tabel} 3,093$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil uji parsial maka kualitas produk terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, dilihat dari hasil uji hipotesis dimana diperoleh hasil uji t (parsial) antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} $12,226 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima yang, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji parsial maka harga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, dilihat dari hasil uji hipotesis dimana diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $11,776 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi

dari variabel harga adalah $0,000 < 0,05$, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, artinya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

3. Berdasarkan hasil uji simultan maka kualitas produk dan harga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan ini dilihat dari hasil uji hipotesis dimana diperoleh hasil pengujian pada nilai f_{hitung} sebesar $79,607 > f_{tabel} 3,093$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan. Hasil dari penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Manajemen Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.15 No.1, 95-107.
- Admin. (N.D.). Ayam Bakar Irzah. Retrieved From <https://Info-Kuliner.Com/Ayam-Nakar-Irzah/>
- Akeyodia. (2019, Desember 6). Peluang Bisnis Indonesia Dan Peluang Bisnis Untuk Jangka Panjang. Retrieved From <https://Akeyodia.Com/Peluang-Bisnis-Jangka-Panjang/>
- Algifari (2015). Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: Bpfe
- Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: CvAlfabeta.
- Arianto, N., & Albani, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(3).
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.

- Billy. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Restoran Gokana & Teppan Cabang Cinere Depok. Eprints : Universitas Pamulang, Tangerang Selatan.
- Budi Rahayu, T.P. (2017). Manajemen Pemasaran. Universitas Udayana.
- Candra, Y & Rifa'i, M. (2016). Dasar-Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif Dan Efisien. Medan: Perdana Publishing.
- Dharmmesta, B. S. (2014). Manajemen Pemasaran. Bpfe: Yogyakarta.
- Haque, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. E-Mabis : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, Vol.21 No.1, 31-38.
- Hendry Hartono, Dkk. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian.
- Herman, A. (2013). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Imam Ghozali (2017). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
Jakarta: Erlangga.
- Jasmin, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pt.Baja Mandiri Di Jakarta. Jurnal Disrupsi Bisnis :Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Vol.1 No.1.
- Keller, K. D. (2012). Marketing Manajemen Edisi 14 Global Edition. Person Education.
- Kotler, P. &. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid Satu.
- Kotler, P. A. (2016). Marketing Management, 15th Edition New Jersey. PerasonPretice Hall.
- Kotler, P. D. (2014). Principle Of Marketing, 15th Edition. New Jersey. Pearson Pretice Hall.
- Kusdirah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Batik Parang Kencana. Eprints : Universitas Pamulang, Tangerang Selatan.
- Lestari, R. (2021, September 06). 2021, Kemenperin Patok Pertumbuhan Industri Mamin 5 Persen. Retrieved from ekonomi. Bisnis.Com: <https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20210906/257/1438655/2021kemenperin-Patok-Pertumbuhan-Industri-Mamin-5-Persen>
- Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. Jurnal Ekonomi Manajemen, 5(2), 94-101.
- Nur Cahyani, Y. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada "Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cab.Jember"). Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Semarang: Penerbit SukarnoPressindo.
- Pramudya, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Ayam Bakar Pulomas). Undergraduate Thesis, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Kunciran-Tangerang). Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, 4(1), 94-104.
- Qwords. (2020, May 10). Pengertian & Fungsi Manajemen Yang Perlu Diketahui. Retrieved From <https://Qwords.Com/Blog/Fungsi-Manajemen/>
- Retno Wulansari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan Tangki Air Penguin Pada Toko Bahan Bangunan Di Gading

- Serpong. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.3 No.2, 54-61.
- Rosa Indah, D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Hargaterhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.11 No.1, 83-94.
- Sabran, B. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Ind Jkpnnpna*. Jakarta:Erlangga.
- Safitri, N. S., & Nani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distributor Teh Botol Sosro Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(1), 56-61.
- Santoso, S. (2020). *Panduan Lengkap Spss 26*. Jakarta: Pt Elex MediaKomputindo.
- Saputra, D. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Toko Roti Neng's Bakery Dan Cafe Indralaya. Undergraduate Thesis, Sriwijaya University.
- Septiani, F., & Robianto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Fastrata Buana Bogor. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(1), 21-27.
- Singgih Santoso (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo
- Situmorang, S. &. (2012). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*. Medan: Usu Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:Cv Alfabeta
- Sujarweni, V. (2015). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyatna, W., Rachmawan, A., & Zakaria, Z. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Peyek Kacang Diprodusen Peyek Berkah Bersaudara Bojong Sari, Depok, Jawa Barat. *Jurnal Semarak*, 4(2), 31-37.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia.
- Urbansculinary. (2020, Februari 7). *Tentang-Ayam Bakar Irzah*. Retrieved From <https://Ayambakarirzah.Wordpress.Com/Blog/>

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
JIMAWA 



Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Purantara *In-Flight Catering*

Gatot Kusjono¹, Faisal Ahmad Gunawan², Suprianto³
^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen0434@unpam.ac.id^{2*}

Received 20 November 2021 | Revised 25 November 2021 | Accepted 30 November 2021
*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT Purantara *In-Flight Catering*. Metode yang di pakai yaitu metode kuantitatif dan metode pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner terhadap populasi dan sampel berjumlah 57 Responden Pada PT Purantara *In-Flight Catering*. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji Multikolinearitas), Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda, Uji koefisien korelasi dan determinasi, uji hipotesis (uji t, uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Disiplin Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja dengan nilai t-hitung $6.647 > t$ -tabel 2.004, dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Sedangkan secara parsial Pengembangan Karir berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja dengan nilai t-hitung 2.748 $> t$ -tabel 2.004 dan signifikansi $0.001 < 0.05$. Secara simultan Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir berpengaruh terhadap Produktivitas Kerja Karyawan dengan nilai F-hitung 32.858 $> F$ -tabel 2.780 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun kontribusi disiplin kerja dan pengembangan karir terhadap Produktivitas kerja sebesar 54.9%.

Kata Kunci: Disiplin Kerja; Pengembangan Karir; Produktivitas Kerja

Abstract

This study aims to determine the effect of work discipline and career development on employee productivity at PT Purantara In-Flight Catering. The method used is the quantitative method and Methods of collecting data by distributing questionnaires to the population and a sample of 57 respondents at PT Purantara In-Flight Catering. The data analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test (normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test), Simple and Multiple Linear Regression Analysis, correlation coefficient test and determination, hypothesis testing (t test, F test). The results of this study indicate that work discipline has a positive and significant effect on work productivity with a t-count value of $6,647 > t$ -table 2,004, and a significance of $0.000 < 0.05$. While partially Career Development has a significant effect on Work Productivity with a t-count value of $2.748 > t$ -table 2.004 and a significance of $0.001 < 0.05$. Simultaneously Work Discipline and Career Development have an effect on Employee Work Productivity with an F-count value of $32.858 > F$ -table 2.780 and a significance level of $0.000 < 0.05$. The contribution of work discipline and career development to work productivity is 54.9%.

Keywords: Work Discipline; Career Development; Work Productivity

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini dan kondisi masyarakat sekarang setiap perusahaan baik itu perusahaan pemerintahan maupun swasta, yang bertugas memberikan produksi dan pelayanan kepada masyarakat yang pasti akan mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Suatu perusahaan yang dalam melaksanakan kegiatan produksinya, baik perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, perdagangan maupun jasa akan berusaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Satu hal yang penting, bahwa keberhasilan suatu kegiatan dalam suatu perusahaan bukan hanya tergantung pada kehebatan teknologi yang dipakai, dana operasional yang tersedia, sarana dan prasarana yang dimiliki, melainkan juga terhadap aspek sumber daya manusia yang dimilikinya.

Faktor sumber daya manusia ini merupakan elemen yang harus sangat diperhatikan oleh perusahaan, terutama dalam era perdagangan bebas yang sekarang ini, karena setiap perusahaan bukan hanya bersaing dengan produk dalam negeri saja, melainkan juga berkompetisi dengan produk luar negeri juga, dalam hal ini perusahaan dituntut harus dapat bekerja dengan efektif, efisien dan produktif. Tingkat kompetisi yang tinggi memacu perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memperhatikan pada aspek sumber daya manusia yang dimilikinya. Oleh karena itu, keberhasilan suatu organisasi sangat ditentukan oleh kegiatan pendayagunaan sumber daya manusia, yaitu orang-orang yang menyediakan tenaga, bakat, kreativitas dan semangat bagi organisasi serta memegang peranan yang penting dalam fungsi operasional.

Sumber daya manusia merupakan aset yang sangat penting yang ada di dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu sumber daya manusia harus dapat dikelola dengan baik. Sumber daya manusia merupakan aset perusahaan yang paling mahal dibandingkan dengan aset-aset yang lain karena sumber daya manusia merupakan penggerak utama sebuah organisasi atau perusahaan.

Dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan, maka pimpinan perusahaan harus mengetahui kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam perusahaan. Karena perusahaan harus menyadari, bahwa pada saat ini banyak perusahaan menghadapi berbagai masalah dalam mencapai tujuan dari visi dan misi perusahaan, yang salah satu penyebab dari masalah adalah menurunnya produktivitas kerja karyawan.

Menurut Sinungan dalam Busro (2018:344), “produktivitas kerja merupakan kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk menghasilkan barang dan jasa dalam waktu tertentu yang telah ditentukan atau sesuai dengan rencana”. Menurut Riyanto dalam Elbandiansyah (2019:250), secara teknis “produktivitas adalah suatu perbandingan antara hasil yang dicapai (*output*) dengan keseluruhan sumber daya yang diperlukan (*input*)”. Produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran tenaga kerja persatuan waktu.

Menurut Malayu Hasibuan (Hartatik 2018: 208), mengungkapkan bahwa secara lebih sederhana, maksud dari “produktivitas adalah perbandingan secara ilmu hitung antara jumlah yang dihasilkan dan jumlah setiap sumber yang digunakan selama produksi berlangsung, dan sumber tersebut dapat berupa tanah, bahan baku dan bahan pembantu, pabrik, mesin-mesin, dan alat-alat, serta tenaga kerja.”

Hasil observasi dan wawancara pada PT Purantara In Flight Catering hasil penjualan dari tahun 2018 sampai tahun 2020 yang mana dari tahun ke tahun hasil penjualan yang tidak konsisten dan cenderung menurun. Yang dimana seharusnya tingkat penjualan selalu naik atau stabil. Dan terlihat jelas bahwa setiap tahun mengalami penurunan yang mana bias dilihat bahwa penjualan di tahun 2018 selalu naik dan cenderung stabil akan tetapi pada tahun 2019 hasil penjualan mengalami penurunan dari bulan ke bulan yang mana seharusnya lebih meningkat akan tetapi disini malah mengalami penurunan. Dan pada tahun 2020 hasil penjualan mengalami penurunan yang sangat signifikan dari bulan ke bulan yang

artinya disini tiap tahun perusahaan mengalami permasalahan yang mana di artikan bahwa produktivitas kerja karyawan menurun oleh karna itu diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan individu dalam menghadapi berbagai masalah yang muncul. Misalnya seperti menghadapi komplain customer, konflik yang terjadi antara rekan kerja maupun atasan, menyelesaikan tugas yang diberikan oleh atasan, pemenuhan target yang telah disepakati, dan lain sebagainya. Oleh karena itu maka produktivitas kerja memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan dan dibutuhkan untuk dapat membuat karyawan bekerja lebih baik dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Dalam memperbaiki produktivitas kerja atau ketika perusahaan menginginkan kinerja yang baik dari para karyawan maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja adalah disiplin kerja, Thamrin dan Irham Subarkah (2018), Secara parsial disiplin kerja mempunyai pengaruh terhadap produktivitas kerja; Muhamad Ekhsan (2019), Secara parsial disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Diantaranya yaitu dengan memperhatikan disiplin kerja dan pengembangan karir dari para karyawan yang ada di dalam organisasi atau perusahaan tersebut.

Selain disiplin kerja produktivitas kerja juga dipengaruhi oleh pengembangan karir, Moh. Sutoro (2019) Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan; Safitriani, Hendri Herman (2020) Secara parsial Pengembangan karir berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja. Pengembangan Karir perlu diadakan di setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan setiap karyawan ingin berkembang di perusahaan tempat mereka bekerja. Ketika karyawan mampu berkembang dan semakin menguasai bidang pekerjaannya, memungkinkan motivasinya untuk bekerja semakin bertambah. Hal ini dikarenakan pengalaman yang dialaminya selama pengembangan karier yang sudah

dilakukannya selama bekerja di perusahaan tersebut. Pengembangan Karir sendiri, merupakan proses peningkatan kemampuan kerja individu yang ingin diraih dalam rangka pencapaian karir yang diinginkan.

Upaya yang sudah dilakukan oleh PT Purantara In-Flight Catering dalam faktanya belum banyak meningkatkan produktivitas kerjanya. Karenanya penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam tentang “Pengaruh Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT Purantara In-Flight Catering”.

METODE

Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian asosiatif yang bersifat kausal, yaitu penelitian yang mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel pembentuk model dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana menggunakan angka dalam menyimpulkan hasil penelitian. Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian Kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat potivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Sugiyono (2018; 8). karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah karyawan divisi operation PT, Purantara *In-flight Catering* yang berjumlah sebanyak 57 responden. Teknik Analisa data yang digunakan meliputi: Uji Instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedasitas, uji regresi berganda, uji t, uji F dan uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

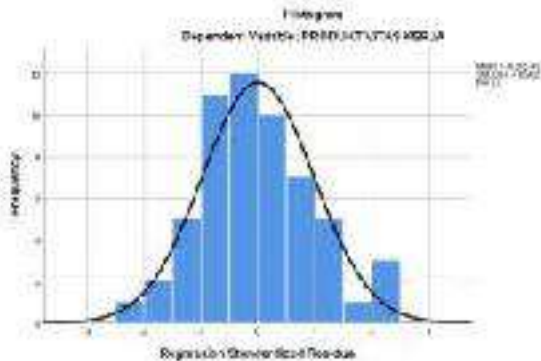
Hasil

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Di bawah ini

adalah beberapa gambaran uji normalitas yaitu melalui pendekatan Histogram, pendekatan melalui grafik, dan *Kolmogorov-Smirnov Test*.

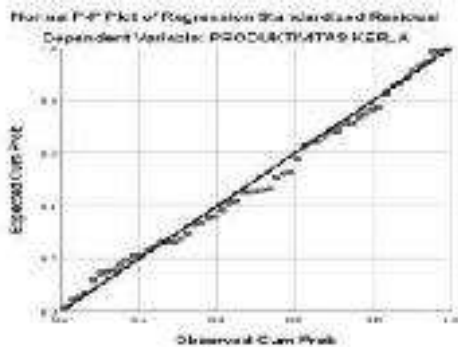
a. Pendekatan Histogram



Gambar 1. Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1, dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini ditunjukkan oleh distribusi data yang berbentuk gunung di atas sejajar dengan angka 0 (nol) atau membentuk gunung yang sempurna dan tidak melenceng ke kanan atau ke kiri.

b. Pendekatan Grafik



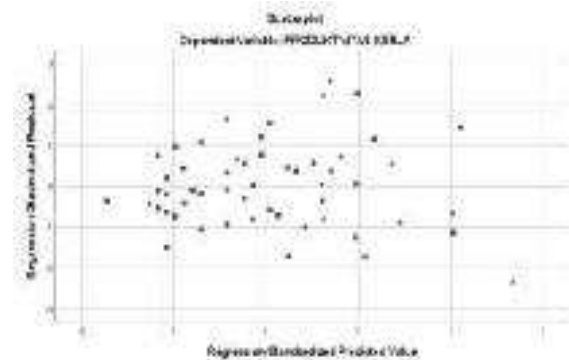
Gambar 2. Grafik Uji Normalitas

Berdasarkan hasil Gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa data atau titik-titik penyebaran telah mengikuti garis diagonal, maka hasil model regresi ini telah memenuhi

normalitas, yang artinya nilai residual tersebut adalah normal.

Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.



Gambar 3. Scatter Plot Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 3, dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Maka layak dipakai untuk memprediksi produktivitas kerja berdasarkan masukan variabel disiplin kerja dan pengembangan karir.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Analisa Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.597	3.622			3.202	.002
Disiplin Kerja	.486	.073	.629		6.647	.000
Pengembangan Karir	.239	.087	.260		2.748	.008

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja

Berdasarkan data di atas, diperoleh persamaan regresi linear $Y = 11.597 + 0,486X_1 + 0,239X_2$. Nilai Konstanta (a) sebesar 11,597 ini menunjukkan bahwa jika variabel Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir dianggap konstan maka variabel Produktivitas Kerja akan bernilai 11,597. Koefisien b1 (X_1) = 0,486 menunjukkan bahwa jika Disiplin Kerja menurun satuannya, maka Produktivitas Kerja akan meningkat dengan syarat variabel lain

nilainya tetap. Koefisien b2 (X_2) = 0,239 menunjukkan bahwa jika variabel Pengembangan Karir semakin baik maka Produktivitas Kerja akan meningkat.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui persentase kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.532	2.387

a. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir, Disiplin Kerja

b. Dependent Variable: Produktivitas Kerja

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai Determinasi yang dilihat pada R Square sebesar 0.549 atau 54,9%, hal tersebut menggambarkan bahwa sumbangan variabel bebas yaitu Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir terhadap naik atau turunnya variabel terikat yaitu Produktivitas Kerja Karyawan, dengan nilai sebesar 54,9% dan sisanya 45,1% merupakan sumbangan dari luar variabel penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian Hipotesis variabel Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir terhadap Produktivitas Kerja dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan cara membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Tabel 3. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	11.597	3.622		3.202	.002
Disiplin Kerja	.486	.073	.629	6.647	.000
Pengembangan Karir	.239	.087	.260	2.748	.008

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja

Hasil analisis pada tabel 3. untuk variabel Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Kerja diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($6,647 > 2,004$) hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial Disiplin Kerja berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja.

Hasil analisis pada tabel 4.25 untuk variabel Pengembangan Karir terhadap Produktivitas Kerja diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($2,748 > 2,004$) hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,005$ sehingga H_0

ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial Pengembangan Karir berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja.

Uji Simultan (Uji F)

Untuk pengujian pengaruh variabel Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir secara simultan terhadap Produktivitas Kerja dilakukan dengan uji statistik F (uji simultan) dengan signifikansi 5%. Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) yaitu membandingkan antara nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} .

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)
Anova^a

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	374.544	2	187.272	32.858	.000 ^b
Residual	307.772	54	5.699		
Total	682.316	56			

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja

b. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir, Disiplin Kerja

Hasil pengujian pada tabel 4. diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $(32,858 > 2,780)$ hal ini juga diperkuat dengan nilai probability signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja..

Pembahasan

Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Purantara *In-Flight Catering*

Hasil Uji t diperoleh nilai t-hitung (6,647) lebih besar dari t-tabel (2,004) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial disiplin kerja berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Thamrin dan Irham Subarkah, 2018) bahwa disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas kerja karyawan, dan sejalan juga dengan penelitian yang di lakukan oleh (Muhamad Ekhsan, 2019).

Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Purantara *In-Flight Catering*

Hasil uji t diperoleh nilai t-hitung (2,748) lebih besar dari t-tabel (2,004) dengan signifikansi $0,008 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengembangan karir berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sholikhah,

Amoi Sanyo Simanjuntak, Widya Parimita, 2018) bahwa pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas kerja karyawan, dan sejalan juga dengan penelitian yang di lakukan oleh (Moh. Sutoro, 2019).

Pengaruh simultan antara Disiplin Kerja dan Pengembangan karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Purantara *In-Flight Catering*

Hasil uji F atau simultan diperoleh rata-rata nilai F-hitung $32.858 > 2,780$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ dan didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai Determinasi R Square sebesar 0,549 atau 54,9%, hal tersebut menggambarkan bahwa sumbangan variabel bebas yaitu (disiplin kerja dan pengembangan karir) terhadap variabel produktivitas kerja sebesar 54,9% dan sisanya 45,1% merupakan sumbangan dari luar yang diteliti. sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara disiplin kerja dan pengembangan terhadap produktivitas kerja karyawan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Safitriani, Hendri Herman, 2020) dan sejalan juga dengan penelitian yang di lakukan (Kevin J Pesik, Jantje L. Sepang, Jopie Rotinsulu, 2019).

SIMPULAN

Kesimpulan

Hasil penelitian dan analisis dalam pembahasan-pembahasan yang telah penulis lakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas

kerja dengan Nilai signifikan ($0.000 < 0.05$) dan t-hitung ($6,647 > t\text{-tabel } (2,004)$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial disiplin kerja berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT Purantara *In-Flight Catering*.

2. Secara parsial pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja dengan Nilai signifikan ($0,001$) lebih kecil dari $0,05$ dan t-hitung ($2,748$) lebih besar dari t-tabel ($2,004$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengembangan karir berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT Purantara *In-Flight Catering*.
3. Disiplin kerja dan pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan, dengan nilai koefisien korelasi sebesar $0,741$ artinya variabel disiplin kerja dan pengembangan karir mempunyai tingkat hubungan yang kuat terhadap produktivitas kerja karyawan. Uji hipotesis diperoleh nilai f hitung $> f$ tabel yaitu $32,858 > 2,780$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara disiplin kerja dan pengembangan terhadap produktivitas kerja karyawan pada PT Purantara *In-Flight Catering*.

Saran

1. Perusahaan sebaiknya memperhatikan kedisiplinan karyawan PT Purantara *In-Flight Catering* dalam membuat laporan kerja harian supaya karyawan lebih teratur dan bertanggung jawab atas pekerjaannya.
2. Perusahaan memberikan kesempatan dalam pengembangan karir kepada karyawan PT Purantara *In Flight Catering* dalam meningkatkan performa kinerja seperti mengadakan pelatihan/pendidikan kepada karyawan, promosi jabatan dan lain sebagainya, hal ini dapat menimbulkan kontribusi yang baik dari karyawan bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dan untuk pemberian Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir

juga harus menjadi sorotan yang penting di mana faktor kedua ini tidak dominan, sehingga Disiplin Kerja dan Pengembangan Karir perlu lebih ditingkatkan kembali terutama masalah Disiplin Kerja yang memerlukan pembenahan baik.

3. Pada Produktivitas Kerja karyawan terdapat indikator yang memiliki nilai terendah yaitu kualitas. Jika perusahaan mempertimbangkan kualitas pekerjaan dengan baik maka kinerja perusahaan dapat lebih ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A, A. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Busro, M. (2018). *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadameidia Group.
- Dessler, G. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Elbadiansyah. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang, IDRH: Cetakan Kesatu.
- Edy Sutrisno. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana
- Ekhsan, M. (2019). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(1), 1-13.
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Kristiawan, M., Safitri, D., & Lestari, R. (2017). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish
- Hasibuan, R., & Hasibuan, S. S. (2021). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Duta Logistik Asia Batam. *Bening*, 8(1), 109.

- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Jepry, J., & Mardika, N. H. (2020). Pengaruh Kedisiplinan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pana Lantas Sindo Ekspres. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Sinambela, Lijan Poltak. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Laksmiari, N. P. P. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Perusahaan Teh Bunga Teratai di Desa Patemon Kecamatan Serrit. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 54-63.
- Marjanuardi, L., & Ratnasari, S. L. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja, Loyalitas, dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Yayasan Raudlatul Quran Batam. *Jurnal Benefita*, 4(3), 560-569.
- Mary Parker Follet, 2017, "Manajemen dan Sistem Informasi" Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Rivai. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari teori Ke Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Rampisela, V. A., & Lumintang, G. G. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja dan Upah Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Dayana Cipta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Sarinah, 2017, Pengantar Manajemen/oleh Sarinah.--Ed.1, Cet. 1--Yogyakarta: Deepublish, Maret 2017. viii, 199 hlm.;
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (6 ed.). Jakarta: Pranada Media Group.
- Safitriani, S., & Herman, H. (2020). Pengaruh Disiplin, Pengembangan Karir Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Padan PT SatNusa Persada Tbk. *Jurnal Abdi Ilmu*, 13(1), 59-67.
- Sholikhah, S., Simanjuntak, A. S., & Parimita, W. (2018). Pengaruh Pengembangan Karir, Motivasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pada Karyawan Perum Perumnas Kantor Pusat Jakarta Timur. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 299-319.
- Sutoro, M. (2019). Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Kinerja Karyawan pada PT. BCA Finance Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1)
- Sunarsi, D. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Nadi Suwarna Bumi. *Jurnal Semarak*, 1(1), 66-82.
- Thamrin, T., & Subarkah, I. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Konveksi Famili Jaya Bobotsari Purbalingga Jawa Tengah. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 1(1).

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
JIMAWA 



Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor

Jordan Bastian¹; Sugeng Widodo^{2*}

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen01632@unpam.ac.id^{2*}

Received 25 Maret 2022 | Revised 28 Maret 2022 | Accepted 30 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pelanggan Station Sato Petshop yang berjumlah 187 pelanggan. Sampel diambil sebanyak 65 responden menggunakan metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, sedang metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji signifikansi parsial (uji-t). Hasil penelitian kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor dengan nilai t-hitung > t-tabel ($21,954 > 1,66864$) dan signifikansi 0,000. Hasil ini diperkuat dengan persamaan regresi linear sederhana $Y=3,928+0,673X$ dan kontribusi variable loyalitas terhadap variable kepercayaan sebesar 88,4%.

Kata Kunci: Kepercayaan; Loyalitas

Abstract

This study aims to determine the effect of trust on customer loyalty at the Sato Petshop Cibinong Station, Bogor Regency. The research method uses quantitative research with survey methods. The research population is Station Sato Petshop customers, totaling 187 customers. Samples were taken as many as 65 respondents using simple random sampling method. The data collection technique is in the form of a questionnaire, while the data analysis method used includes validity and reliability tests, as well as simple linear regression tests, coefficients of determination test, and partial significance test (t-test). The results of the research trust have a positive and significant effect on customer loyalty at Station Sato Petshop Cibinong, Bogor Regency with a t-count > t-table ($21.954 > 1.66864$) and a significance of 0.000. This result is reinforced by a simple linear regression equation $Y=3.928+0.673X$ and the contribution of the loyalty variable to the trust variable is 88.4%.

Keywords: Trust; Loyalty

PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat yang memelihara hewan peliharaan terutama anjing dan kucing semakin banyak pada saat ini. Kebanyakan masyarakat merasa tertarik untuk memelihara anjing dan kucing karena hewan ini

memiliki karakter dan fungsi yang beragam misalnya anjing dapat membantu manusia untuk menjaga rumah, pencarian jejak orang bagi kepolisian, penyelamat, dan anjing juga bisa menjadi sahabat yang setia, menyenangkan, dan karena kesetiannya anjing disebut *man's best*

friend.

Oleh sebab itu banyak masyarakat yang merasa tertarik untuk memelihara anjing. Walaupun anjing juga disebut sebagai *man's best friend* dan banyak dipelihara, tetapi tidak semuanya memilih anjing sebagai hewan peliharaannya. Banyak juga masyarakat yang merasa tertarik untuk memelihara kucing karena kucing memiliki karakter dan sifat yang manja, lincah dan aktif sehingga banyak masyarakat yang merasa terhibur dengan memelihara kucing di rumahnya.

Bisnis *petshop* menjadi salah satu bisnis unggulan terutama di kota-kota besar. Kecintaan dan rasa kaming yang besar terhadap hewan peliharaan membuat para pecinta hewan rela melakukan yang terbaik untuk merawat dan member rasa nyaman hewan peliharaannya. Perlakuan khusus tersebut bukan hanya member perhatian dan memberi makan saja, tetapi juga melakukan perawatan rutin dan mempercantik penampilan hewan peliharaannya.

Station Sato merupakan usaha *petshop* sebagai penyedia produk/jasa bagi keperluan hewan yang beralamat di daerah Cibinong Kabupaten Bogor. Tidak hanya kucing maupun anjing, tapi Station Sato menyediakan hewan eksotis seperti jenis tupai, mamalia, burung, dan lainnya. Sebab akan memudahkan para pecinta binatang untuk mencari kebutuhan/keperluan hewan peliharaannya. Station sato sendiri berkomitmen untuk terus berkembang maju

bersama dengan konsumen dengan memberikan kepercayaan dan kepuasan terhadap konsumen agar mendapatkan loyalitas penuh dari seluruh pelanggan, meskipun untuk saat ini banyak bermunculan jenis usaha *petshop* sejenis.

Dengan adanya persaingan antara jenis usaha *petshop* sejenis, dalam banyak hal sebenarnya akan menimbulkan dampak positif bagi pelaku usaha tersebut. Dampak positif tersebut antara lain, pelaku akan berlomba-lomba memberikan kepercayaan terbaik kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat merasakan kepuasan setelah menggunakan layanan tersebut. Untuk itu kepercayaan adalah kunci untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Mowen dan Minor dalam Juni (2017:116) kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat oleh pelanggan tentang objek, atribut dan manfaatnya. Sedangkan menurut Rousseau et al dalam Juni (2017:116) kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain.

Kepercayaan sangat penting bagi pelaku usaha untuk membangun loyalitas pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan. Adapun fenomena gap mengenai kepercayaan kepada Station Sato yang diambil melalui kuesioner kepada beberapa pelanggan yang mengunjungi toko dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Kepercayaan Pelanggan pada Station Sato Petshop Tahun 2018-2020

No.	Kategori	Rating Nilai & Tahun		
		2018	2019	2020
1	Kehandalan	7,5	7,7	7,9
2	Kejujuran	7,5	7,6	7,9
3	Kepedulian	7,8	8,2	9,1
4	Kredibilitas	8,1	8,8	8,5

Sumber: (Station Sato Petshop, 2020)

Berdasarkan hasil fenomena gap yang ditunjukkan pada tabel 1. secara keseluruhan pelanggan memberikan kepercayaan dengan rating atau penilaian dengan kategori cukup (rentang nilai 7,0 – 7,9), baik (rentang nilai 8,0-8,9), dan sangat baik (rentang nilai 9,0-100).

Dalam hal ini penilaian dilakukan secara berkala setiap tahunnya dimana Station Sato Petshop mendapat kepercayaan yang cukup di awal dan mengalami perkembangan yang baik untuk setiap tahunnya, untuk itu kepada Station Sato Petshop dengan hal-hal yang diberikan dan

mengharuskan proses perbaikan.

Menurut Kotler dan Keller (2012:134) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai. Loyalitas pelanggan merupakan konsistensi pembelian ulang secara periodik dan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama karena adanya ketertarikan konsumen terhadap sebuah produk ataupun merek. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014:23) pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk ataupun merek juga akan memiliki kemauan untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Adapun data perkembangan secara internal maupun eksternal berdasarkan data pelanggan yang diambil dalam kurun waktu tiga tahun terakhir (2018-2020) hingga saat ini sebagai tolak ukur seberapa banyak pelanggan yang loyal kepada Station Sato, dengan data yang ditunjukkan pada tabel .2. sebagai berikut.

Tabel 2. Loyalitas Pelanggan pada Station Sato Petshop Tahun 2018-2020

No.	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2018	156
2	2019	132
3	2020	187

Sumber: (Station Sato Petshop, 2020)

Berdasarkan fenomena gap yang ditunjukkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa data pelanggan yang diambil mulai dari tahun 2018 hingga 2020 terjadi penurunan dan kenaikan jumlah pelanggan dimana jumlah pelanggan tahun 2018 adalah 156 pelanggan, lalu untuk tahun 2019 menurun menjadi 132 pelanggan, dan tahun 2020 meningkat menjadi 187 pelanggan.

Fenomena diatas memberikan gambaran bahwa kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dalam pertanyaan besar untuk diteliti dalam penelitian ini dimana pertanyaan tersebut adalah seberapa besar peran kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan dapat membantu para pelaku bisnis untuk manajemen pemasaran suatu perusahaan, yang digunakan untuk menilai kinerja manajemen pemasaran, sehingga penelitian ini akan membahas tentang “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor”.

Kerangka Berfikir

Model paradigma berfikir digambarkan pada gambar sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berfikir
 Sumber: Diolah Penulis, 2020

Hipotesis

H_1 : terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Station Sato Petshop Cibinong.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian

kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik atau angka (Kuncoro, 2013:145). Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode survei. Metode survei merupakan pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan menggunakan pertanyaan lisan atau

tertulis (Indriantoro dan Supomo, 2015:152). Dalam metode survei ini, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner menggunakan google form. Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2017:13) mendefinisikan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu). Sedangkan menurut Arikunto (2015:29), “Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.” Objek penelitian yang diteliti oleh penulis adalah *Station Sato Petshop* Cibinong.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan *Station Sato Petshop* Cibinong Kabupaten Bogor pada tahun 2020 yang berjumlah sebesar 187 pelanggan yang telah melakukan pembelian. Sedangkan sampel sebanyak 65 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknis Analisa data yang digunakan terdiri dari: uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier, uji determinasi dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsinya. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka semakin tepat pula alat pengukur mengenai sasaran. Menurut Ghozali (2016) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas ini dilakukan dengan melihat nilai *correlation product moment*. Hasil uji validitas seperti ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 3. Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r Tabel	Ket.
X1	0,852	0,2058	Valid
X2	0,884	0,2058	Valid
X3	0,952	0,2058	Valid
X4	0,899	0,2058	Valid
X5	0,930	0,2058	Valid
X6	0,959	0,2058	Valid
X7	0,913	0,2058	Valid

Pernyataan	r hitung	r Tabel	Ket.
X8	0,960	0,2058	Valid
X9	0,953	0,2058	Valid
X10	0,909	0,2058	Valid
X11	0,939	0,2058	Valid
X12	0,906	0,2058	Valid
Y1	0,818	0,2058	Valid
Y2	0,893	0,2058	Valid
Y3	0,880	0,2058	Valid
Y4	0,957	0,2058	Valid
Y5	0,915	0,2058	Valid
Y6	0,939	0,2058	Valid
Y7	0,828	0,2058	Valid
Y8	0,898	0,2058	Valid
Y9	0,957	0,2058	Valid

Sumber: (Data Olahan SPSS 24, 2021)

Berdasarkan hasil output pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{xy} dari item pernyataan variabel X dan Y secara keseluruhan lebih besar dari 0,2058 yang menandakan keseluruhan nilai korelasi *product moment* dari variabel kepercayaan (X) dan loyalitas nasabah (Y) lebih besar dari r_{tabel} (0,2058) sesuai dengan syarat pengambilan keputusan uji validitas sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan indikator dari variabel. Suatu instrumen dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dimana syarat pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Syarat Reliabilitas	Keterangan
X	0,983	0,600	Reliabel
Y	0,968	0,600	Reliabel

Sumber: (Data Olahan SPSS 24, 2021)

Berdasarkan hasil output pada Tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* dari keseluruhan variabel dalam penelitian adalah $X = 0,983$ dan $Y = 0,968$ dan hal tersebut lebih besar dari syarat reliabilitas yaitu 0,600 sesuai dengan syarat pengambilan keputusan uji reliabilitas, artinya bahwa seluruh pernyataan variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini mencakup dengan dua variabel independen yaitu kepercayaan (X) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara terhadap variabel dependen. Hasil dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,928	1,551		,211
	Kepercayaan	,673	,031	,940	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: (Hasil Olahan SPSS, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh persamaan regresi linier: $Y = 3,928 + 0,673X$. Makna persamaan tersebut:

Konstanta dari persamaan regresi sebesar 3,928 menyatakan bahwajika tidak ada variabel independent kepercayaan (X) atau variabel independen = 0, maka besarnya kepuasan nasabah (Y) sebesar 3,928. Koefisien regresi kepercayaan (X) sebesar 0,673 berarti jika kepercayaan

bertambah 1 kali maka akan menambah loyalitas nasabah sebesar 0,673 kali, dengan asumsi variabel kepercayaan nilainya tetap.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,940 ^a	,884	,883	1,78431

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan

Sumber: (Hasil Olahan SPSS, 2021)

Tabel diatas menunjukkan hasil analisis nilai koefisien determinasi pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,884 atau 88,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas pelanggan (Y) yang dapat dipengaruhi oleh variabel kepercayaan (X) adalah sebesar 88,4%. Sedangkan sisanya sebesar 11,6% dipengaruhi oleh variabel-

variabel lain yang tidak dijelaskan dan dibahas dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Parsial/Uji t

Ghozali (2016:168) uji t dalam regresi linier dimaksudkan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga

untuk mengestimasi persamaan/model regresi linier sederhana sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Maksudnya adalah parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel independen dalam mem-

pengaruhi variabel dependen. Parameter yang diestimasi dalam regresi linier meliputi intersep (konstanta) dan slope (koefisien regresi), sehingga uji t dimaksud adalah uji koefisien regresi.

Tabel 7. Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,928	1,551		,214
	Kepercayaan	,673	,031	,940	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas
 Sumber: (Hasil Olahan SPSS, 2021)

Berdasarkan tabel 7. diatas, hasil pengujian secara parsial menunjukkan t-hitung > t-tabel (21,954 > 1,66864) dengan nilai signifikan,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kepercayaan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Pembahasan

Hasil uji t diperoleh nilai t-hitung > t-tabel (21,954 > 1,66864) dengan nilai signifikan,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kepercayaan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). hasil ini diperkuat dengan persamaan $Y = 3,928 + 0,673X$. Kontribusi yang diberikan variabel kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 88,4%. Hasil penelitian selaras penelitian Asmarani (2015); Dharma (2017); Prasetyo (2017); dan Mulazid (2018) bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut :

Kepercayaan pelanggan Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor mendapatkan tanggapan baik dari hasil jawaban seluruh responden. Loyalitas pelanggan Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor

mendapatkan tanggapan baik dari hasil jawaban seluruh responden.

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor dengan kontribusi sebesar 88,4%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek. Edisi Revisi Kelima*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmarani. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Bus Harapan Jaya Tulungagung. *Jurnal FE Manajemen*, 1(1).
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dharma. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2), 2301-5268.
- Hasibuan, M.S.P. (2014). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indriantoro & Supomo. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta:

- BPFE Yogyakarta.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: *Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs*. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15, No. 1.
- Juni, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Gaffar, V. (2017). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2018). *Customer Loyalty: How to Learn It, How to Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Kevin, L.K. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu*. Jakarta. Erlangga, O.R. (2010). "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing*, Vol. 63.
- Lupiyoadi. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyo. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Rachmawati. (2014). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1).
- Safroni, L. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya: Aditya Media Publishing.
- Sekaran, U & Bogie, R. (2014), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta. Salemba Empat.
- Septi, W. Atik & Ratminto. (2012). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Station Sato Petshop. (2020). *Data Empiris Penelitian*. Kabupaten Bogor. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Winarti & Viastuti. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Cokelat Clasic Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1) 2407-3741.

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
JIMAWA 



**Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Piutang
Terhadap *Return On Investment*
Pada PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. Periode 2011-2020**

Wulida Fajriatil Fitroh¹, Endang Puji Astutik^{2*}
Manajemen (161010550649)¹, Universitas Pamulang²
wulidaff@gmail.com¹, dosen01682@gmail.com^{2*}

Received 11 Februari 2022 | Revised 27 Maret 2022 | Accepted 27 Maret 2022
*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh perputaran kas dan perputaran piutang terhadap *return on investment* pada PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk. periode 2011-2020. Teknik analisis statistik yang digunakan yaitu regresi linear sederhana, regresi linier berganda, uji asumsi klasik, koefisien korelasi, uji t dan uji f, dan koefisien determinasi. Data dalam penelitian adalah data sekunder yang bersumber dari data keuangan di *IDNFinancials*. Secara parsial nilai signifikan perputaran kas sebesar $0,080 > 0,05$ tidak berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap ROI sedangkan perputaran piutang $0,000 < 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap ROI. Hasil penelitian secara simultan sebesar f hitung $55,579 > f$ tabel 4,74, sedangkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka perputaran kas (X_1) dan perputaran piutang (X_2) berpengaruh signifikan terhadap ROI.

Kata kunci: Perputaran Kas; Perputaran Piutang; dan ROI

Abstract

This study aims to examine the effect of cash turnover and receivables turnover on return on investment at PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk. period 2011-2020. Statistical analysis techniques used are simple linear regression, multiple linear regression, classical assumption test, correlation coefficient, t test and f test, and coefficient of determination. The data in this study are secondary data sourced from financial data at IDNFinancials. Partially, the significant value of cash turnover of $0.080 > 0.05$ had no significant negative effect on ROI while receivables turnover of $0.000 < 0.05$ had a significant effect on ROI. Simultaneous research results of f arithmetic $55.579 > f$ table 4.74, while a significant value of $0.000 < 0.05$ then cash turnover (X_1) and accounts receivable turnover (X_2) have a significant effect on ROI.

Keywords: Cash Turnover; Accounts Receivable Turnover; and ROI

PENDAHULUAN

Pada umumnya tujuan dari setiap perusahaan baik itu perusahaan jasa, dagang, dan manufaktur memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memperoleh laba dan menjaga kesinambungan perusahaan dimasa yang akan

datang. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan menghasilkan laba yang besar, maka pihak manajemen harus menangani dan mengelola sumber dayanya dengan baik. Pihak manajemen juga dituntut untuk dapat menghasilkan ke-putusan-keputusan yang

menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan dimasa yang akan datang.

Keberhasilan perusahaan tidak hanya dilihat dari besar kecilnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dapat dilihat dari perputaran piutangnya. Dalam situasi yang semakin kompetitif ini sering kali perusahaan melakukan penjualan secara kredit sebagai salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk me-ningkatkan volume penjualan. Pada perusahaan yang penjualannya dilakukan secara kredit maka piutang merupakan bagian aktiva lancar dalam jumlah yang besar. Sehingga perlu diketahui tingkat perputarannya untuk menentukan apakah piutang tersebut dapat menghasilkan laba atau profit untuk perusahaan.

perputaran piutang menunjukkan periode terikatnya modal kerja dalam piutang dimana semakin cepat perusahaan mendapatkan

ke-untungan dari penjualan kredit tersebut, maka *profitabilitas* perusahaan juga ikut meningkat.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. *Profitabilitas* itu sendiri dipengaruhi oleh banyak faktor. Untuk mengetahui faktor-faktor *profit-abilitas* dalam suatu perusahaan, dapat digunakan rasio keuangan.

PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk merupakan perusahaan terkemuka dalam bidang ritel matrial yang didirikan sejak tahun 1975 dan menjadi salah satu produsen semen di Indonesia. Kaitannya dengan pembahasan diatas dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, penulis menggunakan perputaran kas dan perputaran piutang sebagai alat ukur untuk mengukur *profitabilitas* perusahaan.

Tabel 1. Perputaran Kas PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan Kredit	Rata-rata Kas	Perputaran Kas
2011	13.887.892	5.774.719	2,40
2012	17.290.337	8.669.347	1,99
2013	18.691.286	11.534.657	1,62
2014	19.996.264	11.925.658	1,68
2015	17.798.055	9.955.846	1,79
2016	15.361.894	9.164.796	1,68
2017	14.431.211	8.984.461	1,61
2018	15.190.283	7.760.384	1,96
2019	15.939.348	7.438.813	2,14
2020	14.184.322	7.674.690	1,85

Sumber : Data diolah (2021)

Tabel 2. Perputaran Piutang PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan Kredit	Rata-rata Piutang	Perputaran Piutang
2011	13.887.892	1.645.822	8,44
2012	17.290.337	2.195.617	7,87
2013	18.691.286	2.486.703	7,51
2014	19.996.264	2.594.791	7,71
2015	17.798.055	2.602.842	6,84
2016	15.361.894	2.570.007	5,98
2017	14.431.211	2.545.062	5,67
2018	15.190.283	2.725.289	5,57
2019	15.939.348	2.974.964	5,36
2020	14.184.322	2.784.401	5,09

Tabel 3. Return On Investment PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Laba Setelah Pajak	Total Asset	ROI (%)
2011	3.601.516	18.151.331	19,84
2012	4.763.388	22.755.160	20,93
2013	5.217.953	26.607.241	19,61

Tahun	Laba Setelah Pajak	Total Asset	ROI (%)
2014	5.165.458	28.884.635	17,88
2015	4.258.600	27.638.360	15,41
2016	3.800.464	30.150.580	12,60
2017	1.837.668	28.863.676	6,37
2018	1.241.944	27.788.562	4,47
2019	1.883.349	27.707.749	6,80
2020	1.764.880	27.344.672	6,45

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan data diatas, perputaran kas perusahaan tertinggi terdapat pada tahun 2011 yaitu sebanyak 2,40 kali. Perputaran kas pada tahun 2012-2013 mengalami penurunan dan pada tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 0,06 dari tahun 2013, namun pada tahun 2017 perputaran kas mengalami penurunan kembali dan pada tahun 2018 sampai 2019 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Perputaran piutang selama sepuluh tahun dari tahun 2011 sampai tahun 2020 mengalami penurunan. Begitu pula dengan *return on invesment* yang tidak konstan dari tahun 2011 sampai tahun 2020 dan nilai *return on invesment* tertinggi yaitu sebesar 20,93% pada tahun 2012.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Perputaran Kas dan Perputaran Piutang terhadap *Return On Invesment* pada PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk Periode 2011-2020”.

Perputaran Kas

Perputaran kas (*Cash Turnover*) menunjukkan berapa kali kas perusahaan berputar dalam satu periode melalui penjualan. Dengan kata lain, perputaran kas dapat digunakan untuk melihat seberapa besar kas perusahaan mampu menghasilkan penjualan. Semakin tinggi tingkat perputaran kas berarti semakin efisien tingkat penggunaan kasnya dan sebaliknya semakin rendah tingkat perputarannya maka semakin tidak efisien. Menurut Harmono (2011:109) mendefinisikan bahwa perputaran kas adalah berapa kali uang kas berputar dalam satu tahun dan merupakan perbandingan antara penjualan dengan rata-rata kas. Rumus persamaan tingkat perputaran kas adalah:
$$\text{Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan Tunai}}{\text{Rata-rata kas}}$$

Perputaran Piutang

Menurut Kasmir (2014:176) rasio perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau beberapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang suatu perusahaan semakin baik pengelolaan piutangnya menandakan pengembalian laba atau keuntungan yang baik. Menurut teori Bambang Riyanto (2011:85) perputaran piutang menunjukkan periode terikatnya modal kerja dalam piutang dimana semakin cepat perusahaan mendapatkan keuntungan dari penjualan kredit tersebut, maka *profitabilitas* perusahaan juga ikut meningkat. Rumus perputaran piutang adalah
$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

Return On Investment

Menurut Sutrisno (2012:223) *Return On Investment* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang digunakan untuk menutupi investasi yang dikeluarkan. Menurut Irham Fahmi (2011:137) rasio *return on investment* (ROI) adalah rasio yang memandang sejauh mana investasi yang dilakukan dapat memberikan keuntungan seperti yang diharapkan. Rumus ROI adalah
$$\text{Return On Invesment} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Penelitian Terdahulu

Penelitian Rika Ayu Nurafika (2018) yang berjudul “Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan Terhadap ROI pada Perusahaan Semen”

diperoleh hasil bahwa variabel perputaran piutang berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap ROI, sedangkan perputaran kas dan perputaran persediaan berpengaruh positif signifikan terhadap ROI.

Penelitian Novratilova Riani (2019) yang berjudul “Pengaruh Perputaran Kas dan Perputaran Piutang terhadap *Return On Investment* pada PT Semen Indonesia (PERSERO) Tbk. periode tahun 2008-2017)” diperoleh hasil bahwa secara parsial pengaruh perputaran kas berpengaruh negatif signifikan terhadap ROI, sedangkan perputaran piutang berpengaruh positif signifikan. Secara simultan perputaran kas dan perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap ROI.

Penelitian Muhammad Rio Jasmiko (2018) yang berjudul “Pengaruh Perputaran Kas, dan Perputaran Piutang terhadap ROI pada Perusahaan Sub Sektor Semen yang terdapat di BEI” diperoleh hasil bahwa secara parsial perputaran kas berpengaruh negatif terhadap ROI sedangkan perputaran piutang berpengaruh positif terhadap ROI.

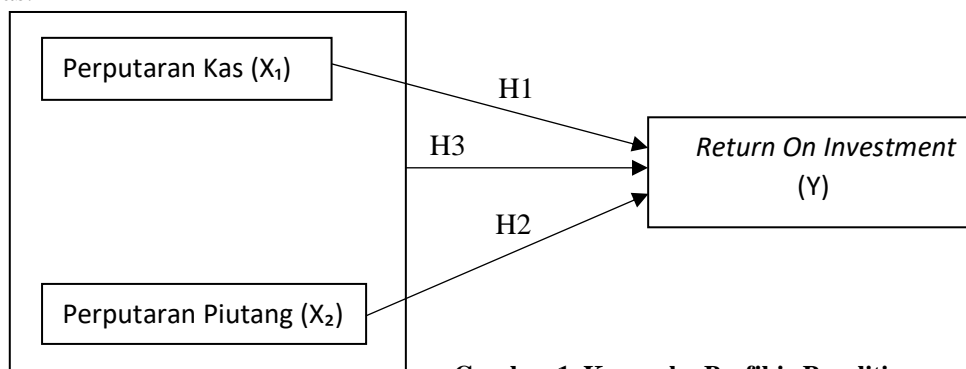
Penelitian Eni Nurhaedin (2019) yang berjudul “Pengaruh Perputaran Kas dan Perputaran Piutang terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Biro Perjalanan Wisata yang Terdaftar di BEI” diperoleh hasil bahwa secara parsial menunjukkan bahwa perputaran kas berpengaruh signifikan sedangkan perputaran piutang tidak signifikan terhadap tingkat profitabilitas. Sedangkan secara simultan perputaran kas dan perputaran piutang secara bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian Ririn Arianti, N. Rusnaeni (2018) yang berjudul “Pengaruh Perputaran Piutang, Perputaran Kas, dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.” diperoleh hasil bahwa secara parsial bahwa perputaran kas dan perputaran piutang tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Secara simultan perputaran kas dan perputaran piutang secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian Mesrawati (2020) yang berjudul “Pengaruh Perputaran Kas, dan Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas pada Subsector Food dan Beverages yang Terdaftar di BEI” diperoleh hasil bahwa secara parsial menunjukkan perputaran kas, perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan secara simultan perputaran kas dan perputaran persediaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas.

Kerangka Berpikir

Menurut Uma Sekaran (2017:60), kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori yang terkait dengan berbagai aspek yang telah ditafsirkan sebagai masalah yang penting. Sedangkan menurut Suriasumantri (2017:70) kerangka berpikir ini merupakan penjelasan sementara tentang gejala masalah. Kerangka berpikir penelitian ini seperti ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini:

H_1 = Perputaran Kas berpengaruh signifikan terhadap *Return On Investment* (ROI)

secara parsial pada PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk.

H₂= Perputaran Piutang berpengaruh signifikan terhadap *Return On Investment (ROI)* secara parsial pada PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk.

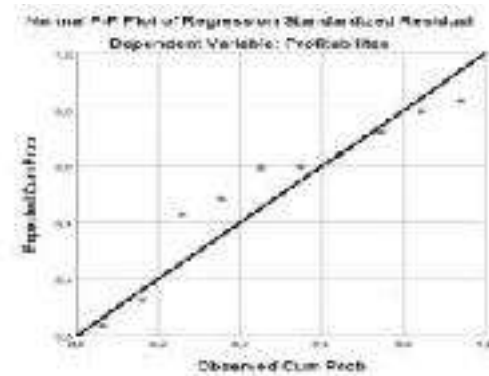
H₃= Perputaran Kas dan Perputaran Piutang berpengaruh signifikan terhadap *Return On Investment (ROI)* secara simultan pada PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan teknik deskriptif Kuantitatif, yang artinya memberikan suatu gambaran yang sistematis tentang suatu peristiwa akan dibahas dalam mengkaji data kuantitatif yaitu data-data yang bersifat angka. Populasi penelitian ini adalah laporan keuangan PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk tahun 2011-2020, sedangkan sampel penelitian ini adalah data tabel perubahan rasio pertahun Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan *Return On Investment* PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

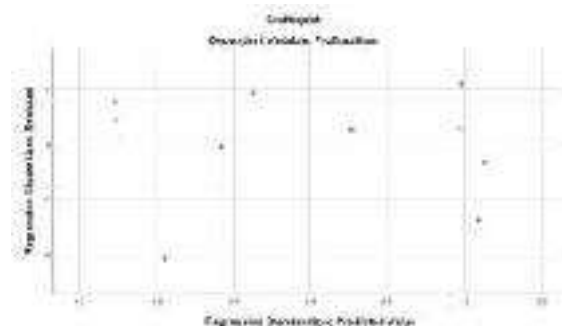
Hasil Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas dilihat bahwa titik-titik tidak berkumpul pada satu tempat dan menyebar secara acak dengan pola yang tidak jelas. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikoleniaritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-11,124	4,891		-2,274	,057		
	Perputaran Kas	-4,826	2,357	-,199	-2,048	,080	,948	1,054
	Perputaran Piutang	5,079	,495	,994	10,251	,000	,948	1,054

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel perputaran kas dan perputaran piutang yaitu 0,948 lebih besar dari 0,10. Semua nilai VIF 1,054 menunjukkan hasil

VIF < 10, maka hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi Multikoleniaritas

Uji Autokorelasi

Untuk melihat terjadi atau tidaknya autokorelasi dapat diukur dengan menggunakan nilai Durbin Watson. Dimana apabila Durbin

Watson berkisar diantara 1,5 sampai 2,5 maka variabel penelitian tidak terjadi autokorelasi (Anderson,2011).

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,968 ^a	,938	,920	1,75598	2,297

a. Predictors: (Constant), Perputaran Piutang, Perputaran Kas
 b. Dependent Variable: Profitabilitas

Hasil perhitungan nilai Durbin Watson adalah 2,297 yaitu berada antara 1,5 sampai 2,5 maka

dapat disimpulkan penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-11,124	4,891		-2,274	,057		
	Perputaran Kas	-4,826	2,357	-,199	-2,048	,080	,948	1,054
	Perputaran Piutang	5,079	,495	,994	10,251	,000	,948	1,054

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = -11,124 + -4,826X_1 + 5,079X_2$. Interpretasi persamaan tersebut: Konstanta sebesar -11,124 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan sama dengan nol (0), maka profitabilitas nilainya negatif sebesar 11,124. Koefisien regresi X_1 atau variabel perputaran kas mempunyai nilai koefisien regresi negatif 4,826 artinya jika variabel perputaran kas naik 1 satuan, sementara perputaran piutangnya konstan, maka profit-abilitas turun sebesar

4,826. Koefisien regresi X_2 atau variabel perputaran piutang mempunyai nilai koefisien regresi 5,079 artinya jika variabel perputaran piutang naik 1 satuan, sementara perputaran kasnya konstan, maka profitabilitas naik sebesar 5,079.

Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial antara variabel Perputaran Kas dan Perputaran Piutang terhadap *Return On Investment*.

Tabel 7. Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-11,124	4,891		-2,274	,057
	Perputaran Kas	-4,826	2,357	-,199	-2,048	,080
	Perputaran Piutang	5,079	,495	,994	10,251	,000

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji t di atas:

Hasil uji t pada tabel 7. perputaran kas t hitung -2,048 < t tabel 2,364, dengan nilai sig

0,080 > 0,05. Maka H_0 diterima dan H_a 1 ditolak, sehingga disimpulkan bahwa secara parsial Perputaran Kas tidak berpengaruh

negatif tidak signifikan terhadap *Return On Investment*.

Uji Variabel Perputaran Piutang (X_2)

Hasil uji t pada tabel 7. perputaran piutang t hitung 10,251 > t tabel 2,364, dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Maka H_0 2 ditolak dan H_a 2 diterima, sehingga disimpulkan bahwa

secara parsial Perputaran Piutang berpengaruh signifikan terhadap *Return On Investment*.

Uji f (simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	324,254	2	162,127	52,579	,000 ^b
	Residual	21,584	7	3,083		
	Total	345,838	9			

a. Dependent Variable: Profitabilitas

b. Predictors: (Constant), Perputaran Piutang, Perputaran Kas

Berdasarkan data diatas diketahui hasil F hitung 52,579 > F tabel 4,74, dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Maka H_0 3 ditolak dan H_a 3 diterima, disimpulkan bahwa Perputaran Kas dan Perputaran Piutang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Return On Investment*.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh (dalam %) variabel perputaran kas dan perputaran piutang terhadap *return on investment*.

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,968 ^a	,938	,920	1,75598	2,297

a. Predictors: (Constant), Perputaran Piutang, Perputaran Kas

b. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: Data olahan dari SPSS

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai R^2 sebesar 0,938. Dapat disimpulkan bahwa kontribusi dari variabel independen (perputaran kas dan perputaran piutang) terhadap variabel dependen (*return on investment*) yaitu sebesar 93,8% sedangkan sisanya 6,2% dikontribusi oleh variabel yang tidak diteliti.

Pembahasan

1. Secara parsial variabel Perputaran Kas terhadap *Return On Investment* menunjukkan t hitung negatif (2,048) < t tabel (2,364) dan nilai signifikan Perputaran Kas adalah 0,080 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa

H_0 1 diterima dan H_a 1 ditolak dan dapat ditarik kesimpulan bahwa perubahan Perputaran Kas tidak berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *Return On Investment* pada PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk.

2. Secara parsial variabel Perputaran Piutang terhadap *Return On Investment* menunjukkan t hitung (10,251) > t tabel (2,364) dan nilai signifikan Perputaran Piutang adalah 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 2 ditolak dan H_a 2 diterima dan dapat ditarik kesimpulan bahwa Perputaran Piutang ber-pengaruh signifikan terhadap

Return On Investment pada PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk.

3. Secara simultan variabel Perputaran Kas dan Perputaran Piutang terhadap *Return On Investment* menunjukkan bahwa nilai F hitung (52,579) > F tabel (4,74) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Perputaran Kas dan Perputaran Piutang secara simultan berpengaruh terhadap *Return On Investment* pada PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dapat disimpulkan:

Perputaran kas secara parsial tidak berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *return on investment* dengan nilai t hitung (2,048) < t tabel (2,364) dan nilai signifikan $0,080 > 0,05$.

Perputaran piutang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *return on investment* dengan hasil t hitung (10,251) > t tabel (2,364) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Perputaran kas dan perputaran piutang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *return on investment* dengan hasil f hitung (55,579) > f tabel (4,74) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus H., Martono. (2011) . *Manajemen keuangan*, Jakarta ; Ekonisia, Edisi kedua.
- Arianti, R., Rusnaeni, N. (2018). Pengaruh Perputaran Persediaan, Perputaran Piutang, dan Perputaran Kas Terhadap *Profit-abilitas* pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. *Seminar Nasional I UNPAM D3 Akuntansi*, 977 25993430 04
- Fahmi, I. (2014). *Pengantar Manajemen Keuangan*, Bandung ; ALFABETA, Cetakan ke-3
- Hanafi, M. (2012) . *Manajemen Keuangan*, Bandung ; ALFABETA, Edisi Pertama
- Handayani, S. (2016). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang, dan Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas pada PT Mayora Indah Tbk. *Jurnal Analisis Manajemen*, 2(1), 2443-2466
- Jasmiko, M. R. (2018). Pengaruh Perputaran Piutang dan Perputaran Kas Terhadap *Return on Investment* pada Perusahaan Sub Sektor Semen yang Terdapat di BEI. *Jurnal Financial*, 4(1), 2502-4574.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta ; Rajawali Pers, Edis 1. Cetakan ke-6.
- Mesrawati. (2020). Pengaruh Perputaran Persediaan dan Perputaran Kas Terhadap *Profitabilitas* pada Subsektor Food dan Beverages yang Terdaftar di BEI. *BAKI* 5(3), 2549-9581.
- Nurafika, R. A. (2018). Pengaruh Perputaran Persediaan, Perputaran Piutang, Perputaran Kas Terhadap *Return on Investment* pada Perusahaan Semen. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), 2243-3071.
- Nurhaedin, E. (2019). Pengaruh Perputaran Piutang dan Perputaran Kas Terhadap *Profitabilitas* pada Perusahaan Biro Perjalanan Usaha yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Edunomic* 7(1), 2337-571X.
- Riani, N. (2019). Pengaruh Perputaran Piutang dan Perputaran Kas Terhadap *ROI* pada PT Semen Indonesia (PERSERO) Tbk periode 2008-2017. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1), 2622-8882.
- Riyanto, B. (2011). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yogyakarta; BPFE, Cetakan Kesebelas, Edisi Keempat.
- Sartono, A. (2011). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis I*, Lumajang : Salemba Empat

- Suad, H. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta ; UPP STIM YKPN, Edisi Ketujuh Cetakan Pertama.
- Sugiono. (2011). *Statistik untuk penelitian*”, Bandung ; Alfabeta.
- Sulastri, L. (2014). *Manajemen*, Bandung: La Good’s
- Sutrisno. (2013). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta ; Ekonisia, Edisi Pertama Cetakan Kedua.
- Utari, D. (2014). *Manajemen Keuangan*, Jakarta ; Penerbit Mitra Wacana Media.
- Wirasari, S. (2016). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Pertumbuhan Koperasi Terhadap *Return on Investment*. *E-Jurnal Akuntansi*, 17(2), 2302-8556.

Jurnal Ilmiah Mahasiswa
JIMAWA 



Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor

Jordan Bastian¹; Sugeng Widodo^{2*}

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen01632@unpam.ac.id^{2*}

Received 25 Maret 2022 | Revised 28 Maret 2022 | Accepted 30 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pelanggan Station Sato Petshop yang berjumlah 187 pelanggan. Sampel diambil sebanyak 65 responden menggunakan metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, sedang metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji signifikansi parsial (uji-t). Hasil penelitian kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor dengan nilai t-hitung > t-tabel ($21,954 > 1,66864$) dan signifikansi 0,000. Hasil ini diperkuat dengan persamaan regresi linear sederhana $Y=3,928+0,673X$ dan kontribusi variable loyalitas terhadap variable kepercayaan sebesar 88,4%.

Kata Kunci: Kepercayaan; Loyalitas

Abstract

This study aims to determine the effect of trust on customer loyalty at the Sato Petshop Cibinong Station, Bogor Regency. The research method uses quantitative research with survey methods. The research population is Station Sato Petshop customers, totaling 187 customers. Samples were taken as many as 65 respondents using simple random sampling method. The data collection technique is in the form of a questionnaire, while the data analysis method used includes validity and reliability tests, as well as simple linear regression tests, coefficients of determination test, and partial significance test (t-test). The results of the research trust have a positive and significant effect on customer loyalty at Station Sato Petshop Cibinong, Bogor Regency with a t-count > t-table ($21.954 > 1.66864$) and a significance of 0.000. This result is reinforced by a simple linear regression equation $Y=3.928+0.673X$ and the contribution of the loyalty variable to the trust variable is 88.4%.

Keywords: Trust; Loyalty

PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat yang memelihara hewan peliharaan terutama anjing dan kucing semakin banyak pada saat ini. Kebanyakan masyarakat merasa tertarik untuk memelihara anjing dan kucing karena hewan ini

memiliki karakter dan fungsi yang beragam misalnya anjing dapat membantu manusia untuk menjaga rumah, pencarian jejak orang bagi kepolisian, penyelamat, dan anjing juga bisa menjadi sahabat yang setia, menyenangkan, dan karena kesetiannya anjing disebut *man's best*

friend.

Oleh sebab itu banyak masyarakat yang merasa tertarik untuk memelihara anjing. Walaupun anjing juga disebut sebagai *man's best friend* dan banyak dipelihara, tetapi tidak semuanya memilih anjing sebagai hewan peliharaannya. Banyak juga masyarakat yang merasa tertarik untuk memelihara kucing karena kucing memiliki karakter dan sifat yang manja, lincah dan aktif sehingga banyak masyarakat yang merasa terhibur dengan memelihara kucing di rumahnya.

Bisnis *petshop* menjadi salah satu bisnis unggulan terutama di kota-kota besar. Kecintaan dan rasa kaming yang besar terhadap hewan peliharaan membuat para pecinta hewan rela melakukan yang terbaik untuk merawat dan member rasa nyaman hewan peliharaannya. Perlakuan khusus tersebut bukan hanya member perhatian dan memberi makan saja, tetapi juga melakukan perawatan rutin dan mempercantik penampilan hewan peliharaannya.

Station Sato merupakan usaha *petshop* sebagai penyedia produk/jasa bagi keperluan hewan yang beralamat di daerah Cibinong Kabupaten Bogor. Tidak hanya kucing maupun anjing, tapi Station Sato menyediakan hewan eksotis seperti jenis tupai, mamalia, burung, dan lainnya. Sebab akan memudahkan para pecinta binatang untuk mencari kebutuhan/keperluan hewan peliharaannya. Station sato sendiri berkomitmen untuk terus berkembang maju

bersama dengan konsumen dengan memberikan kepercayaan dan kepuasan terhadap konsumen agar mendapatkan loyalitas penuh dari seluruh pelanggan, meskipun untuk saat ini banyak bermunculan jenis usaha *petshop* sejenis.

Dengan adanya persaingan antara jenis usaha *petshop* sejenis, dalam banyak hal sebenarnya akan menimbulkan dampak positif bagi pelaku usaha tersebut. Dampak positif tersebut antara lain, pelaku akan berlomba-lomba memberikan kepercayaan terbaik kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat merasakan kepuasan setelah menggunakan layanan tersebut. Untuk itu kepercayaan adalah kunci untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Mowen dan Minor dalam Juni (2017:116) kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat oleh pelanggan tentang objek, atribut dan manfaatnya. Sedangkan menurut Rousseau et al dalam Juni (2017:116) kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain.

Kepercayaan sangat penting bagi pelaku usaha untuk membangun loyalitas pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan. Adapun fenomena gap mengenai kepercayaan kepada Station Sato yang diambil melalui kuesioner kepada beberapa pelanggan yang mengunjungi toko dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Kepercayaan Pelanggan pada Station Sato Petshop Tahun 2018-2020

No.	Kategori	Rating Nilai & Tahun		
		2018	2019	2020
1	Kehandalan	7,5	7,7	7,9
2	Kejujuran	7,5	7,6	7,9
3	Kepedulian	7,8	8,2	9,1
4	Kredibilitas	8,1	8,8	8,5

Sumber: (Station Sato Petshop, 2020)

Berdasarkan hasil fenomena gap yang ditunjukkan pada tabel 1. secara keseluruhan pelanggan memberikan kepercayaan dengan rating atau penilaian dengan kategori cukup (rentang nilai 7,0 – 7,9), baik (rentang nilai 8,0-8,9), dan sangat baik (rentang nilai 9,0-100).

Dalam hal ini penilaian dilakukan secara berkala setiap tahunnya dimana Station Sato Petshop mendapat kepercayaan yang cukup di awal dan mengalami perkembangan yang baik untuk setiap tahunnya, untuk itu kepada Station Sato Petshop dengan hal-hal yang diberikan dan

mengharuskan proses perbaikan.

Menurut Kotler dan Keller (2012:134) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai. Loyalitas pelanggan merupakan konsistensi pembelian ulang secara periodik dan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama karena adanya ketertarikan konsumen terhadap sebuah produk ataupun merek. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014:23) pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk ataupun merek juga akan memiliki kemauan untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Adapun data perkembangan secara internal maupun eksternal berdasarkan data pelanggan yang diambil dalam kurun waktu tiga tahun terakhir (2018-2020) hingga saat ini sebagai tolak ukur seberapa banyak pelanggan yang loyal kepada Station Sato, dengan data yang ditunjukkan pada tabel .2. sebagai berikut.

Tabel 2. Loyalitas Pelanggan pada Station Sato Petshop Tahun 2018-2020

No.	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2018	156
2	2019	132
3	2020	187

Sumber: (Station Sato Petshop, 2020)

Berdasarkan fenomena gap yang ditunjukkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa data pelanggan yang diambil mulai dari tahun 2018 hingga 2020 terjadi penurunan dan kenaikan jumlah pelanggan dimana jumlah pelanggan tahun 2018 adalah 156 pelanggan, lalu untuk tahun 2019 menurun menjadi 132 pelanggan, dan tahun 2020 meningkat menjadi 187 pelanggan.

Fenomena diatas memberikan gambaran bahwa kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dalam pertanyaan besar untuk diteliti dalam penelitian ini dimana pertanyaan tersebut adalah seberapa besar peran kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan dapat membantu para pelaku bisnis untuk manajemen pemasaran suatu perusahaan, yang digunakan untuk menilai kinerja manajemen pemasaran, sehingga penelitian ini akan membahas tentang “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor”.

Kerangka Berfikir

Model paradigma berfikir digambarkan pada gambar sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berfikir
 Sumber: Diolah Penulis, 2020

Hipotesis

H_1 : terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Station Sato Petshop Cibinong.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian

kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik atau angka (Kuncoro, 2013:145). Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode survei. Metode survei merupakan pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan menggunakan pertanyaan lisan atau

tertulis (Indriantoro dan Supomo, 2015:152). Dalam metode survei ini, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner menggunakan google form. Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2017:13) mendefinisikan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu). Sedangkan menurut Arikunto (2015:29), “Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.” Objek penelitian yang diteliti oleh penulis adalah *Station Sato Petshop* Cibinong.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan *Station Sato Petshop* Cibinong Kabupaten Bogor pada tahun 2020 yang berjumlah sebesar 187 pelanggan yang telah melakukan pembelian. Sedangkan sampel sebanyak 65 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknis Analisa data yang digunakan terdiri dari: uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier, uji determinasi dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsinya. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka semakin tepat pula alat pengukur mengenai sasaran. Menurut Ghozali (2016) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas ini dilakukan dengan melihat nilai *correlation product moment*. Hasil uji validitas seperti ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 3. Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r Tabel	Ket.
X1	0,852	0,2058	Valid
X2	0,884	0,2058	Valid
X3	0,952	0,2058	Valid
X4	0,899	0,2058	Valid
X5	0,930	0,2058	Valid
X6	0,959	0,2058	Valid
X7	0,913	0,2058	Valid

Pernyataan	r hitung	r Tabel	Ket.
X8	0,960	0,2058	Valid
X9	0,953	0,2058	Valid
X10	0,909	0,2058	Valid
X11	0,939	0,2058	Valid
X12	0,906	0,2058	Valid
Y1	0,818	0,2058	Valid
Y2	0,893	0,2058	Valid
Y3	0,880	0,2058	Valid
Y4	0,957	0,2058	Valid
Y5	0,915	0,2058	Valid
Y6	0,939	0,2058	Valid
Y7	0,828	0,2058	Valid
Y8	0,898	0,2058	Valid
Y9	0,957	0,2058	Valid

Sumber: (Data Olahan SPSS 24, 2021)

Berdasarkan hasil output pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{xy} dari item pernyataan variabel X dan Y secara keseluruhan lebih besar dari 0,2058 yang menandakan keseluruhan nilai korelasi *product moment* dari variabel kepercayaan (X) dan loyalitas nasabah (Y) lebih besar dari r_{tabel} (0,2058) sesuai dengan syarat pengambilan keputusan uji validitas sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan indikator dari variabel. Suatu instrumen dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dimana syarat pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Syarat Reliabilitas	Keterangan
X	0,983	0,600	Reliabel
Y	0,968	0,600	Reliabel

Sumber: (Data Olahan SPSS 24, 2021)

Berdasarkan hasil output pada Tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* dari keseluruhan variabel dalam penelitian adalah $X = 0,983$ dan $Y = 0,968$ dan hal tersebut lebih besar dari syarat reliabilitas yaitu 0,600 sesuai dengan syarat pengambilan keputusan uji reliabilitas, artinya bahwa seluruh pernyataan variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini mencakup dengan dua variabel independen yaitu kepercayaan (X) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara terhadap variabel dependen. Hasil dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients	
1	(Constant)	3,928	1,551		,211
	Kepercayaan	,673	,031	,940	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: (Hasil Olahan SPSS, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh persamaan regresi linier: $Y = 3,928 + 0,673X$. Makna persamaan tersebut:

Konstanta dari persamaan regresi sebesar 3,928 menyatakan bahwajika tidak ada variabel independent kepercayaan (X) atau variabel independen = 0, maka besarnya kepuasan nasabah (Y) sebesar 3,928. Koefisien regresi kepercayaan (X) sebesar 0,673 berarti jika kepercayaan

bertambah 1 kali maka akan menambah loyalitas nasabah sebesar 0,673 kali, dengan asumsi variabel kepercayaan nilainya tetap.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,940 ^a	,884	,883	1,78431

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan

Sumber: (Hasil Olahan SPSS, 2021)

Tabel diatas menunjukkan hasil analisis nilai koefisien determinasi pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,884 atau 88,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas pelanggan (Y) yang dapat dipengaruhi oleh variabel kepercayaan (X) adalah sebesar 88,4%. Sedangkan sisanya sebesar 11,6% dipengaruhi oleh variabel-

variabel lain yang tidak dijelaskan dan dibahas dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Parsial/Uji t

Ghozali (2016:168) uji t dalam regresi linier dimaksudkan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga

untuk mengestimasi persamaan/model regresi linier sederhana sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Maksudnya adalah parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel independen dalam mem-

pengaruhi variabel dependen. Parameter yang diestimasi dalam regresi linier meliputi intersep (konstanta) dan slope (koefisien regresi), sehingga uji t dimaksud adalah uji koefisien regresi.

Tabel 7. Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.928	1.551		.214
	Kepercayaan	.673	.031	.940	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas
 Sumber: (Hasil Olahan SPSS, 2021)

Berdasarkan tabel 7. diatas, hasil pengujian secara parsial menunjukkan t-hitung > t-tabel (21,954 > 1,66864) dengan nilai signifikan,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kepercayaan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Pembahasan

Hasil uji t diperoleh nilai t-hitung > t-tabel (21,954 > 1,66864) dengan nilai signifikan,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kepercayaan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). hasil ini diperkuat dengan persamaan $Y = 3,928 + 0,673X$. Kontribusi yang diberikan variabel kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 88,4%. Hasil penelitian selaras penelitian Asmarani (2015); Dharma (2017); Prasetyo (2017); dan Mulazid (2018) bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut :

Kepercayaan pelanggan Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor mendapatkan tanggapan baik dari hasil jawaban seluruh responden. Loyalitas pelanggan Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor

mendapatkan tanggapan baik dari hasil jawaban seluruh responden.

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Station Sato Petshop* Cibinong Kabupaten Bogor dengan kontribusi sebesar 88,4%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek. Edisi Revisi Kelima*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmarani. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Bus Harapan Jaya Tulungagung. *Jurnal FE Manajemen*, 1(1).
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dharma. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2), 2301-5268.
- Hasibuan, M.S.P. (2014). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indriantoro & Supomo. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta:

- BPFE Yogyakarta.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: *Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs*. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15, No. 1.
- Juni, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Gaffar, V. (2017). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2018). *Customer Loyalty: How to Learn It, How to Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Kevin, L.K. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu*. Jakarta. Erlangga, O.R. (2010). "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing*, Vol. 63.
- Lupiyoadi. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyo. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Rachmawati. (2014). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1).
- Safroni, L. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya: Aditya Media Publishing.
- Sekaran, U & Bogie, R. (2014), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta. Salemba Empat.
- Septi, W. Atik & Ratminto. (2012). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Station Sato Petshop. (2020). *Data Empiris Penelitian*. Kabupaten Bogor. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Winarti & Viastuti. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Cokelat Clasic Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1) 2407-3741.

Pengaruh *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* Dan *Return On Asset* Terhadap Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020

Anti Hidayanti¹; Ferdina Watiningsih²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen01641@unpam.ac.id^{2*}

Received 27 Maret 2022 | Revised 30 Maret 2022 | Accepted 31 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset* Terhadap Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data dengan melakukan Uji Asumsi Klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji auto korelas), Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis (uji t dan uji f). Berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan bahwa: *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham, *Debt To Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham, *Return On Asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham dan secara simultan *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio*, *Return On Asset* berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham.

Kata Kunci: *Earning Per Share*; *Debt To Equity Ratio*; *Return On Asset*; Harga Saham

Abstract

This study aims to analyze the effect of Earning Per Share, Debt To Equity Ratio and Return On Assets on the Stock Price of PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Period 2011-2020. The research method used is descriptive quantitative analysis method. The data analysis technique is by performing the Classical Assumption Test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, auto-correlation test), Simple and Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination Analysis, and Hypothesis Testing (t test and f test). Based on the results of the study, it is shown that: Earning Per Share has a significant effect on Stock Prices, Debt To Equity Ratio has no significant effect on Stock Prices, Return On Assets has no significant effect on Stock Prices and simultaneously Earning Per Share, Debt To Equity Ratio, Return On Assets significant effect on stock prices.

Keywords: *Earning Per Share*; *Debt To Equity Ratio*; *Return On Assets*; Stock price

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Perusahaan makanan dan

minuman merupakan salah satu kategori sub sektor industri yang memiliki peluang untuk tumbuh dan terus berkembang. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, karena memiliki daya saing

yang tinggi dan sangatlah ketat sehingga para manajer perusahaan berlomba-lomba mencari investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan makanan dan minuman tersebut.

Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indonesia cukup banyak. Dikarernakan Indonesia merupakan Negara keempat dengan penduduk terbanyak di dunia yang menjadikan alasan banyaknya investor asing tergiur untuk menanamkan sahamnya di Indonesia khususnya pada perusahaan sektor makanan dan minuman, karena seiring bertambahnya volume penduduk maka akan semakin meningkat pula produk-produk makanan dan minuman yang bermunculan.

Perusahaan sub sektor makanan dan minuman diproyeksi sebagai salah satu sektor andalan penopang bagi pertumbuhan bidang manufaktur dan dinilai memiliki kontribusi terbanyak dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Industri sektor makanan dan minuman sangat berperan penting dalam kontribusi kegiatan ekspor.

Pada penelitian ini penulis memilih PT Ultrajaya Milk Industry Tbk sebagai emiten. PT Ultrajaya Milk Industry Tbk merupakan perusahaan multinasional, awalnya ultrajaya merupakan industri rumah tangga yang didirikan pada tahun 1958, kemudian menjadi perseroan terbatas pada tahun 1971. Pada awalnya proses produksi dilakukan dengan pengolahan yang sederhana, hingga akhirnya perusahaan ini dikenal sebagai pelopor produsen susu cair segar, minuman ringan, dan juga beberapa minuman kesehatan yang diproduksi dengan UHT Teknologi dan dikemas secara aseptik, dengan brand unggulannya, yaitu *Ultra Milk* masih tetap unggul di antara segmen susu cair, seperti halnya juga Teh Kotak unggul divarian minuman siap saji dalam kemasan karton.

Menurut Samsul (2015:57) “pasar modal terdiri dari kata "pasar" dan "modal", sehingga kita dapat mendefinisikan pasar modal sebagai tempat bertemunya penawaran dan permintaan modal. bentuk modal dan dalam jangka panjang”.

Pasar modal mempertemukan dua pihak berkepentingan yaitu investor dan pihak yang memerlukan dana. Didalam pasar modal kedua belah pihak tersebut diberikan kemudahan, di mana perusahaan membutuhkan dana untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan dalam rangka mendapatkan keuntungan, sementara itu investor diberikan kemudahan untuk meng-investasikan modalnya kepada perusahaan penerima modal dan mendapatkan return dari investasi tersebut.

Menurut Hadi (2015:117) “Saham merupakan salah satu instrumen keuangan yang paling populer diperdagangkan di pasar modal. Investasi yang dilakukan investor pada saham diharapkan dapat menguntungkan”.

Pada hakikatnya Saham bersifat fluktuatif dan dapat naik atau turun seperti halnya harga suatu komoditi di pasar. Bagi sebagian orang, ini adalah seni. Jika pasar statis, justru tidak akan menarik investor. Dalam teori ekonomi, wajar jika harga saham naik dan turun karena didorong oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Jika permintaan tinggi maka harga akan naik, jika penawaran tinggi maka harga akan turun. Secara umum ada beberapa faktor yang mempengaruhi naik turunnya harga saham suatu perusahaan.

Rasio keuangan merupakan salah satu jenis analisis laporan keuangan yang dapat digunakan untuk mengukur dinamika harga saham suatu perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Secara umum, rasio keuangan terbagi menjadi lima kategori, yaitu rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas dan rasio pasar. Rasio keuangan yang digunakan pada penelitian ini adalah *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset*.

Rasio Profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh *Earning Per Share* dan *Return On Asset*. Pemilihan *Earning Per Share* untuk melihat sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan dan memberikan keuntungan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki perusahaan. Sedangkan, pemilihan *Return On Asset* pada penelitian ini, yaitu untuk melihat seberapa

efisien penggunaan aset dalam menghasilkan keuntungan.

Menurut Kasmir dalam Muliana (2019:7) standar industri dari rasio keuangan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Standar Industri Keuangan

Rasio	Standar Industri	Kriteria
<i>Earning Per Share</i>	-	-
<i>Debt To Equity Ratio</i>	>90%	Sangat Kurang
	<90%	Baik

Rasio	Standar Industri	Kriteria
<i>Return On Asset</i>	>30%	Sangat Baik
	<20%	Sangat Kurang

Sumber: Kasmir (2017)

Untuk melihat kondisi keuangan dan perkembangan yang di peroleh oleh PT Ultrajaya Milk Industry Tbk, khususnya dari *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio*, *Return On Asset* dan Harga Saham selama periode 2011-2020.

Tabel 2. Data *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio*, *Return On Asset* dan Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020

Company	Years	<i>Earning Per Share</i> (Rupiah)	<i>Debt To Equity Ratio</i> (%)	<i>Return On Asset</i> (%)	<i>Closing Stock Price</i> (Ribuan Rupiah)
PT Ultrajaya Milk Industry Tbk	2011	35.00	55.38%	4.65%	1,080.00
	2012	122.00	44.39%	14.6%	1,330.00
	2013	113.00	39.52%	11.56%	4,500.00
	2014	98.00	28.78%	9.71%	3,720.00
	2015	180.00	26.54%	14.78%	3,945.00
	2016	243.00	21.49%	16.74%	4,570.00
	2017	61.00	23.24%	13.72%	1,295.00
	2018	60.00	16.35%	12.63%	1,350.00
	2019	89.00	16.86%	15.67%	1,680.00
	2020	100.00	83.07%	12.68%	1,600.00

Sumber: Situs Resmi (Annual Report) PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020.

Berdasarkan Tabel 1.2 terlihat perkembangan *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio*, *Return On Asset* dan Harga Saham pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020 cenderung berfluktuasi. Pada Tahun 2014 *Earning Per Share* mengalami penurunan Rp. 98 dan berdampak pada Harga Saham ditahun yang sama juga turun menjadi Rp. 3,720 dan turun kembali sepanjang tahun 2017-2018 sebesar Rp. 61 hingga Rp. 60, diikuti dengan harga saham pada tahun 2017 menjadi Rp. 1,295, turun dari tahun sebelumnya (tahun 2016 yaitu Rp. 4,570).

Pada periode 10 tahun tersebut *Debt To Equity* PT Ultrajaya masih sesuai standar Kesehatan keuangan industri yaitu <90% dimana hal ini menunjukkan kondisi fundamental perusahaan baik, sedangkan kondisi *Return On Asset* perusahaan selama periode 10 tahun sangat kurang baik karena sepanjang tahun *Return On Asset* perusahaan berada di

bawah standar Kesehatan keuangan industri yaitu <20%.

Kenaikan *Earning Per Share* menunjukkan bahwa perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham dan berlaku sebaliknya jika *Earning Per Share* menurun.

Semakin tinggi *Debt To Equity Ratio*, semakin buruk kinerja perusahaan. Ketika suatu bisnis menggunakan hutang jangka panjang untuk membiayai aktivitas bisnisnya. Hal ini menyebabkan meningkatnya risiko yang ditanggung oleh investor.

Jika *Return On Asset* mengalami kenaikan, maka semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana rupiah yang dimasukkan ke dalam total aset. Dengan mengetahui *Return On Asset*, kita dapat menilai apakah perusahaan telah efektif menggunakan asetnya dalam aktivitas bisnis untuk menghasilkan keuntungan.

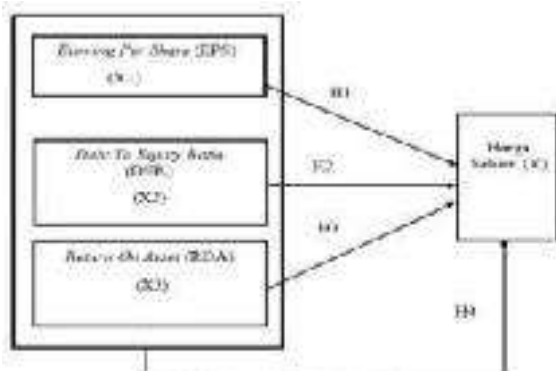
Sebelum penelitian ini dilakukan, telah ada penelitian terlebih dahulu yang juga membahas pengaruh *Earning Per Share* terhadap Harga Saham. Penelitian terdahulu, pada penelitian Lutfiah, dkk (2020) berpendapat bahwa *Earning Per Share* berpengaruh terhadap harga saham. Pada penelitian Khairani (2016) berpendapat bahwa *Earning Per Share* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Pada penelitian terdahulu Vidyastutik, dkk (2021) berpendapat bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan, penelitian Kurnia, dkk (2021) berpendapat bahwa *Debt To Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Annisa, dkk (2019) berpendapat bahwa *Return On Asset* berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham, sedangkan pada penelitian terdahulu Hadisti (2019) berpendapat bahwa *Return On Asset* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut terdapat hasil yang bertolak belakang. Oleh karena itu maka penulis melakukan penelitian terhadap masalah tersebut dengan judul “Pengaruh *Earning Per Share* (EPS), *Debt To Equity Ratio* (DER) Dan *Return On Asset* (ROA) Terhadap Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020”.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Model Paradigma Penelitian

Hipotesis

- H1: Ada pengaruh parsial *Earning Per Share* terhadap harga saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.
- H2: Ada pengaruh parsial *Debt To Equity Ratio* terhadap harga saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.
- H3: Ada pengaruh parsial *Return On Asset* terhadap harga saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.
- H4: Ada pengaruh simultan *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset* terhadap harga saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana penelitian ini termasuk dalam kelompok data time series dengan menggunakan laporan keuangan (*Annual Report*) PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Menurut Samsu (2017:99), “dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya”. Peneliti mengumpulkan kemudian mendokumentasikan data berupa pencatatan laporan-laporan keuangan (*annual report*) yang dapat diperoleh di situs resmi PT Ultrajaya Milk Industry Tbk. Adapun teknik analisa data yang digunakan yaitu: model analisis variabel, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis yang diuji dengan program SPSS sebagai media penganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		10
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	801.7463335
Most Extreme Differences	Absolute	.191
	Positive	.191
	Negative	-.107
Test Statistic		.191
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2021)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 3. hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* data berdistribusi normal karna nilai signifikan >0.05, yaitu 0.200, maka dapat diartikan bahwa data yang diteliti merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Glejser Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1522.364	976.492		1.559	.170
X1-Earning Per Share	3.988	3.995	.440	1.008	.352
X2-Debt To Equity Ratio	1.342	9.787	.050	.137	.895
X3-Return On Asset	-115.325	75.097	-.722	-1.536	.176

- a. Dependent Variabel: ABRESID
- Sumber: Data diolah dengan spss 25 (2021).

Berdasarkan tabel 5. pada uji glejser menunjukkan nilai signifikansi (*p-value*) variabel *constant* sebesar 0.170, *Earning Per Share* sebesar 0.352, *Debt To Equity Ratio* sebesar 0.895, dan *Return On Asset* sebesar 0.176, hasil tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Nilai Tolerance dan Variance Inflation Faktor (VIF)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1- Earning Per Share	.585	1.711
X2- Debt To Equity Ratio	.821	1.218
X3- Return On Asset	.504	1.983

- Dependent Variabel: Harga Saham
- Sumber: Data diolah dengan spss 25 (2021).

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4. dapat diketahui bahwa untuk *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio*, dan *Return On Asset* nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* < 10 dan nilai *Tolerance* > 0.1 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mempunyai gejala multikolinearitas, dan uji multikolinearitas terpenuhi.

yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, hal tersebut dikarenakan nilai profitabilitas signifikannya >0.05, hal ini dapat di artikan bahwa data tersebut tidak mempunyai gejala heteroskedastisitas, dan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.703	.555	981.935	1.609

- a. Predictors: (Constant), X3-Return On Asset, X2-Debt To Equity Ratio, X1-Earning Per Share
- b. Dependent Variabel: Harga Saham

Berdasarkan hasil uji pada tabel 6. dapat diketahui nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1.609, artinya tidak terdapat autokorelasi positif

dan negatif, karena nilai Dw berada diantara $-2 < 1.609 < +2$. Dapat disimpulkan bahwa sama sekali tidak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3320.069	1720.731		1.929	.102
X1-Earning Per Share	24.585	6.970	1.026	3.527	.012
X2-Debt To Equity Ratio	-19.145	17.246	-.272	-1.110	.309
X3-Return On Asset	-223.968	132.333	-.530	-1.692	.142

b. *Dependent Variabel:* Harga Saham

Sumber: Data diolah dengan spss 25 (2021).

Berdasarkan tabel 6. diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 3320.069 + 24.585 X_1 - 19.145 X_2 - 223.968 X_3 + e$. Arti persamaan tersebut:

Konstanta (a) sebesar 3320.069 menyatakan bahwa tanpa ada pengaruh dari keempat variabel independen dan faktor lain, maka variabel dependen yaitu harga saham.

Koefisien regresi variabel *Earning Per Share* bernilai 24.585 (positif). Hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan nilai *Earning Per Share* sebesar satu satuan, maka akan menaikkan harga saham sebesar 24.585 satuan tanpa dipengaruhi faktor lainnya.

Koefisien regresi variabel *Debt To Equity Ratio* bernilai 19.145 (negatif). Hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan nilai *Debt To Equity Ratio* sebesar satu satuan, maka akan menurunkan harga saham sebesar 19.145 satuan tanpa dipengaruhi faktor lainnya.

Koefisien regresi variabel *Return On Asset* bernilai 223.968 (negatif). Hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan nilai *Return On Asset* sebesar satu satuan, maka akan menurunkan harga saham sebesar 19.145 satuan tanpa dipengaruhi faktor lainnya.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.703	.555	981.935

a. *Predictors:* (Constant), X3_Return On Asset, X2_Debt To Equity Ratio, X1_Earning Per Share

b. *Dependent Variabel:* Harga Saham

Berdasarkan tabel 7. diatas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0.703. Hal ini berarti 70.3% Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk dipengaruhi oleh *Earning Per*

Share (X1), *Debt To Equity Ratio* (X2) dan *Return On Asset* (X3), sedangkan sisanya 29.7% Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji-t (Uji Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T (T-Test) Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3320.069	1720.731		1.929	.102
X1-Earning Per Share	24.585	6.970	1.026	3.527	.012
X2-Debt To Equity Ratio	-19.145	17.246	-.272	-1.110	.309
X3-Return On Asset	-223.968	132.333	-.530	-1.692	.142

Sumber: Data diolah dengan spss 25 (2021).

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil:

Pengujian Hipotesis, Uji t pada *Earning Per Share* (X1) diperoleh nilai t_{hitung} 3.527 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.527 > 1.943$) dengan signifikan $0.012 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Earning Per Share* (X1) terhadap Harga Saham (Y) pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020.

Pengujian Hipotesis, Uji t pada *Debt To Equity Ratio* (X2) diperoleh nilai t_{hitung} -1.110 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1.110 < 1.943$) dengan signifikan $0.309 > 0.05$ maka H_a ditolak dan H_0

diterima, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Debt To Equity Ratio* (X2) terhadap Harga Saham (Y) PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020.

Pengujian Hipotesis, Uji t pada *Return On Asset* (X3) diperoleh nilai t_{hitung} -1.692 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1.692 < 1.943$) dengan signifikan $0.142 > 0.05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Return On Asset* (X3) terhadap Harga Saham (Y) PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020.

Uji-F (Uji Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F (F-Test) Simultan
 ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13717885.35	3	4572628.450	4.742	.050 ^b
Residual	5785174.650	6	964195.775		
Total	19503060.00	9			

a. *Dependent Variabel*: Harga Saham

b. *Predictors*: (Constant), X3_Return On Asset, X2_Debt To Equity Ratio, X1_Earning Per Share

Sumber: Data diolah dengan spss 25 (2021).

Hasil uji F diperoleh nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($4.742 < 4.76$) dan dengan nilai signifikannya ≥ 0.050 , maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berarti penelitian ini dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen, yaitu *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset* dengan variabel dependen Harga Saham. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Earning Per Share* (EPS), *Debt To Equity Ratio* (DER) dan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Trading Company Tbk periode 2011-2020.

Pembahasan

Pengaruh *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham

Hasil penelitian yang saya lakukan menunjukkan bahwa nilai Signifikan $0.012 < 0.05$ dan t_{hitung} $3.527 > 1.943$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Earning Per Share* (X1) terhadap Harga Saham (Y) pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020. Hasil ini sejalan dengan penelitian Lutfiah, dkk (2020) bahwa *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham.

Pengaruh *Debt To Equity Ratio* Terhadap Harga Saham

Hasil penelitian yang saya lakukan menunjukkan bahwa nilai Signifikan $0.309 > 0.05$ dan $t_{hitung} -1.110 < 1.943$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Debt To Equity Ratio* (X2) terhadap Harga Saham (Y) pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kurnia, dkk (2021) bahwa *Debt To Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham.

Pengaruh *Return On Asset* Terhadap Harga Saham

Hasil penelitian yang saya lakukan menunjukkan bahwa nilai signifikan $0.142 > 0.05$ dan $t_{hitung} -1.692 < 1.943$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Return On Asset* (X3) terhadap Harga Saham (Y) pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hadisti (2020) berpendapat bahwa *Return On Asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham.

Pengaruh Variabel *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset* Secara Simultan Terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil uji *Analysis Of Variance* (ANOVA) pada variabel *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset* diperoleh F_{hitung} sebesar 4.742 dengan tingkat signifikan sebesar 0.05. sedangkan F_{tabel} sebesar 4.76 dengan nilai signifikan 0.05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020. Hasil penelitian ini sejalan dengan Erick (2020:), “hasil uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26.18077 > 2.74$) dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$ artinya *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Harga Saham perusahaan pertambangan sektor industri

batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Tahun 2016-2018”.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini:

Earning Per Share berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham dengan nilai t_{hitung} (3.527) dan nilai signifikan 0.012. *Earning Per Share* merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap harga saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020 dengan nilai koefisien regresi sebesar 24.585.

Debt To Equity Ratio tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham dengan nilai t_{hitung} (-1.110) dan nilai signifikan 0.309. *Debt To Equity Ratio* merupakan variabel yang paling kecil pengaruhnya terhadap harga saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk periode 2011-2020 dengan nilai koefisien regresi sebesar -19.145.

Return On Asset tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham dengan nilai t_{hitung} (-1.692) dan nilai signifikan 0.142. *Return On Asset* merupakan variabel yang dominan kedua pengaruhnya terhadap harga saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020 dengan nilai koefisien regresi -223.968.

Earning Per Share, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset* berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham PT Ultrajaya Milk Industry Tbk Periode 2011-2020 dengan nilai F_{hitung} 4.742 dan nilai signifikan 0.05, dan berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Harga Saham dipengaruhi 70.3% oleh *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On Asset*.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, A., Nasaruddin, F., & Mursalim (2019). Pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Debt To Equity Ratio* (DER) dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Tangible Journal*, 4(2).
- Asniwati (2020). Pengaruh *Earning Per Share*, *Debt To Equity Ratio* dan *Return On*

- Asset Terhadap Harga Saham Pada PT Astra Internasional Tbk. Jurnal Mirai Management*, 5(2).
- Budiyani, P. A., & Dailibas. (2020). Pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER) dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2019). *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*, 3(2).
- Dika, M. F., & Pasaribu, H. (2020). Pengaruh *Earning Per Share*, *Return On Asset* dan *Debt To Equity Ratio* Terhadap Harga Saham. *Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 9(2).
- Dinantara, M. D. (2020). Pengaruh *Debt To Equity Ratio* Terhadap Harga Saham Pada PT Delta Dunia Makmur Tbk. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4).
- Erick, C. (2020). Pengaruh *Return On Asset*, *Debt To Equity Ratio* dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan (Sektor Industri Batu Bara) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2016-2018. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Hadisti, A. (2020). Pengaruh *Return On Asset* dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk Periode Tahun 2010-2019. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, XI(2a).
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). Standar Akuntansi Keuangan. PSAK: No.1. (2015) Penyajian Laporan Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurnia, M., Fauji, A., & Kusuma, A. C. (2021). Pengaruh *Earning Per Share* dan *Debt To Equity Ratio* Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020. *National Conference On Applied Business, Education & Technology (NCABET)*, 1(1).
- Lutfiah, D., & Soegoto, D. S. (2020). *Return On Asset, Debt To Equity Ratio And Earning Per Share Impact On Stock Price In Property Companies Stock Exchange. Atlantis Press*, 112.
- Muliana. (2019). Analisis Profitabilitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Manajemen Hotel Syariah "Al-Badar" Di Kota Makasar. *Journal Of Management & Business*, 3(1).
- Nuryani, A. (2020). Pengaruh *Earning Per Share* dan *Return On Asset* Terhadap Harga Saham PT Gudang Garam Tbk. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*. XI(2a).
- Puspitaningtiyas, A. (2020). Pengaruh *Debt To Equity Ratio* Dan *Return On Asset* Terhadap Harga Saham Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisna Dwipayana*, 8(2).
- Samsul, M. (2015). *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukamulja, S. (2017). *Pengantar Pemodelan Keuangan Dan Analisis Pasar Modal (Edisi 1)*.
- Vidiyastutik, E. D., Rahayu, A., Priantono, S., & Dhany, U. R. (2021). Pengaruh *Earning Per Share*, *Return On Asset* Dan *Debt To Equity Ratio* Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017-2019). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 9(1).
- Zulfikar. (2016). *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Deepublish.

Jurnal Ilmiah Mahasiswa

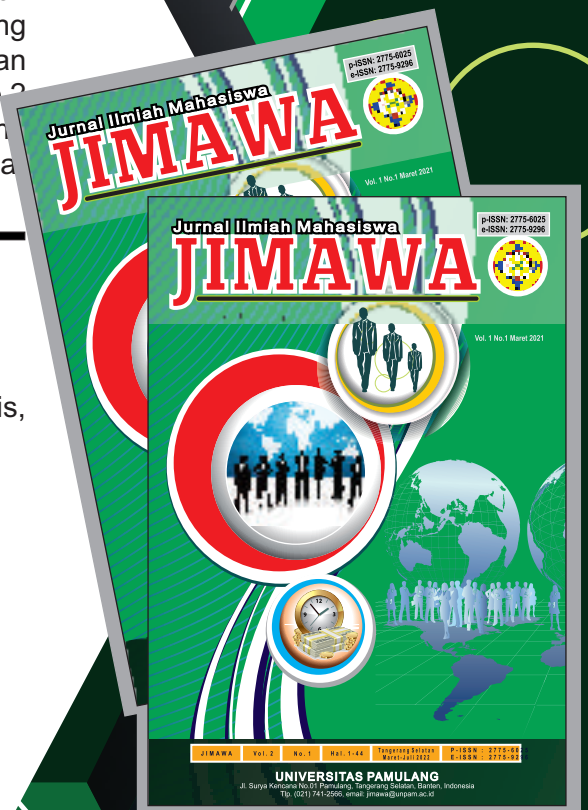
JIMAWA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA): *Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan*, adalah jurnal independen yang berisi hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah serta pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai bidang Ilmu Ekonomi. Terbit tiga kali dalam setahun (Maret, Juli, dan November). Kami mengundang segenap akademisi, penulis, dan peneliti untuk mengirimkan tulisan atau karya ilmiahnya guna dimuat pada **JIMAWA** edisi Vol.2 No.2 Juli 2022. **JIMAWA** mengikuti format penulisan sebagaimana yang ditentukan dalam pedoman Akreditasi Jurnal Nasional (Arjuna Kemenristekdikti RI).

ADAPUN SYARAT DAN KETENTUAN PENULISAN:

1. Artikel merupakan karya ilmiah orisinal yang belum pernah dipublikasikan.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Artikel meliputi : Judul, Nama lengkap penulis, Instansi Penulis, Email, Abstrak (Indonesia/Inggris), Kata-kata kunci, PENDAHULUAN, METODE, HASIL dan PEMBAHASAN, SIMPULAN serta DAFTAR PUSTAKA.
4. Artikel dikirim dalam bentuk *Microsoft Word* melalui *submission*.
5. Konfirmasi pengiriman naskah tulisan kepada **Sugeng Widodo** (0819 0807 7567) dan **Diana Azwina** (0878 0942 7028)
6. *Template* Penulisan dalam bentuk *Microsoft Word* dapat di *download* pada *link* Jurnal Ilmiah Mahasiswa (**JIMAWA**) <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMW/index>.

CALL FOR PAPERS



KEPUTUSAN DEWAN REDAKSI :

Penyunting berhak menyeleksi dan mengedit naskah yang masuk. Untuk informasi kepastian proses selanjutnya akan diberitahukan kepada penulis. Substansi tulisan atau artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan, kecuali atas permintaan penulis.

Alamat Redaksi

Jurnal Ilmiah Mahasiswa (**JIMAWA**):

Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan.

Jalan Surya Kencana No. 1 Pamulang, Tangerang Selatan,
Banten 15417,

Telp. 021-7412566 Fax. 021-7412566,

Link Web : <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/>

e-mail : jimawa@unpam.ac.id.

Kontak Person : 081386165113

