

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS
PRODUK PADA PENINGKATAN PENJUALAN
DI ABS DIESEL MEDAN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Strata Satu (S-1)

SKRIPSI



**Ditulis Oleh:
ERICKO CHANDRA
201010179**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

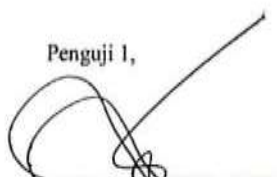
Skrripsi dengan judul Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan di ABS Diesel Medan

Yang dipersiapkan oleh:
ERICKO CHANDRA
201010179

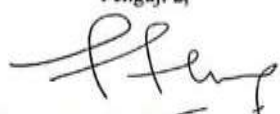
Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 25 Juli 2024

Penguji 1,


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN: 0006037202

Penguji 2,


Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
NIDN: 0112027303

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan Di ABS DIESEL Meda

Yang dipersiapkan oleh:
ERICKO CHANDRA
201010045

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 29 April 2024

Pembimbing 1



Ihdina Gustina, S.E., M.M
NIDN: 0120088303

Pembimbing 2



Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc
NIDN: 0124028902

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	:	Ericko Chandra
NIM	:	201010179
Judul Skripsi	:	Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan Di ABS DIESEL MEDAN
Pembimbing 1	:	Ihdina Gustina, S.E., M.M
Pembimbing 2	:	Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 27 April 2024



Ericko Chandra
201010179

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan di ABS DIESEL MEDAN”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata – 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Fenny, S.E., M.M
5. Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
6. Ibu Elisabeth Nainggolan, S. Pd., M. Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini

7. Ketua Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution. S.E., M.M
 8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M
 9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M
 10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
 11. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman – teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual
- Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih

Medan, 01 Juli 2024

Penulis

Ericko Chandra
201010062

ABSTRAK

Ericko Chandra, 201010179, 2024, Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan di ABS Diesel Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing 1: Ihdina Gustina, S.E., M.M, pembimbing 2: Elisabeth Nainggolan, S. Pd., M. Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan, mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan, mengetahui pengaruh variasi produk dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 248 orang yang merupakan pelanggan yang rutin melakukan pembelian di ABS Diesel Medan. Dengan menggunakan rumus Hair et al dengan jumlah indikator sebanyak 13 indikator, maka sampel dari penelitian ini berjumlah 130 responden. Hasil analisis diperoleh persamaan **Penjualan = 6,797 + 0,485 Variasi Produk + 0,867 Kualitas Produk + e**. Hasil analisis menunjukkan bahwa Variasi produk mempunyai berpengaruh signifikan terhadap Penjualan di ABS Diesel Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas produk mempunyai berpengaruh signifikan terhadap Penjualan di ABS Diesel Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variasi Produk dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan di ABS Diesel Medan berdasarkan uji hipotesis secara simultan. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 57,2% variabel Penjualan hanya dapat dijelaskan variabel Variasi Produk dan Kualitas Produk. Sedangkan sisanya 42,8% dipengaruhi faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Penjualan, Variasi Produk

ABSTRACT

Ericks Chandra, 201010179, 2024, The Effect of Product Variety and Product Quality on Increasing Sales at ABS Diesel Medan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor 1: Ihdina Gustina, S.E., M.M, Advisor 2: Elisabeth Nainggolan, S. Pd., M. Sc

*This study aims to determine the effect of product variations on increasing sales at ABS Diesel Medan, determine the effect of product quality on increasing sales at ABS Diesel Medan, determine the effect of product variations and product quality on increasing sales at ABS Diesel Medan. The research methodology used is quantitative descriptive method. The type of data used in this research is quantitative data. Data sources are primary data and secondary data. The population in this study amounted to 248 people who are customers who regularly make purchases at ABS Diesel Medan. By using the Hair et al formula with 13 indicators, the sample of this study amounted to 130 respondents. The results of the analysis obtained the equation **Sales = 6.797 + 0.485 Product Variety + 0.867 Product Quality + e**. The results of the analysis show that product variety has a significant effect on sales at ABS Diesel Medan based on the results of partial hypothesis testing. The results of the analysis show that product quality has a significant effect on sales at ABS Diesel Medan based on the results of partial hypothesis testing. The results showed that Product Variety and Product Quality have a positive and significant effect on Sales at ABS Diesel Medan based on simultaneous hypothesis testing. The results of this study are supported by the coefficient of determination, which shows that 57.2% of the Sales variable can only be explained by the Product Variety and Product Quality variables. While the remaining 42.8% is influenced by other factors that come from outside this research model.*

Keywords: Product Variety, Product Quality, Sales

MOTTO

”Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu”

- Bobby Unser

“Sukses adalah perjalanan, bukan tujuan. Nikmati perjalanannya”

- Walt Disney

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Orang tua yang telah membesarkan dan mendidik

Seluruh dosen eka yang senantiasa telah membimbing selama 8 semester.

Teman – teman yang selalu mendukung dan senantiasa menemani saat
pengerjaan skripsi ini

Terima kasih untuk semangat, doa serta dukungannya.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN PLAGIARISME

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK..... vii

ABSTRACT viii

MOTTO..... ix

PERSEMBAHAN x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Batasan Masalah..... 6

1.4 Rumusan Masalah 6

1.5 Tujuan Penelitian..... 6

1.6 Manfaat Penelitian..... 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka 8

2.1.1 Penjualan 8

2.1.1.1 Pengertian Penjualan 8

2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan..... 9

2.1.1.3 Variabel Yang Terdapat dalam Penjualan 10

2.1.1.4 Klasifikasi Transaksi Penjualan 11

2.1.1.5 Indikator Penjualan 12

2.1.2 Variasi Produk..... 14

2.1.2.1	Pengertian Variasi Produk.....	14
2.1.2.2	Tingkatan Produk	16
2.1.2.3	Lini Produk.....	16
2.1.2.4	Hal Penting Dalam Variasi Produk	17
2.1.2.5	Indikator Variasi Produk	18
2.1.3	Kualitas Produk.....	19
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.1.3.2	Pentingnya Kualitas Produk.....	20
2.1.3.3	Tujuan Kualitas Produk.....	20
2.1.3.4	Unsur – Unsur Kualitas Produk.....	21
2.1.3.5	Indikator Kualitas Produk	22
2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Konseptual	25
2.4	Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	27
3.1.2	Waktu Penelitian.....	27
3.2	Jenis dan Sumber Data	27
3.2.1	Jenis Data	27
3.2.2	Sumber Data Penelitian.....	27
3.3	Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel.....	28
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6	Teknik Analisis Data	31
3.6.1	Uji Validitas	31
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.3.1	Uji Normalitas	32

3.6.3.2	Uji Multikolinieritas	33
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	34
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.6.5	Uji Hipotesis.....	35
3.6.5.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	35
3.6.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	35
3.6.6	Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	37
4.1.1	Sejarah Singkat ABS Diesel Medan.....	37
4.1.2	Visi, Misi dan Struktur Organisasi ABS Diesel Medan	37
4.1.2.1	Visi ABS Diesel Medan	37
4.1.2.2	Misi ABS Diesel Medan	37
4.1.2.3	Struktur Organisasi ABS Diesel Medan.....	38
4.1.3	Karakteristik Responden	39
4.1.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.1.4	Uji Validitas	40
4.1.4	Uji Reliabilitas	43
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	43
4.1.6.1	Uji Normalitas	44
4.1.6.2	Uji Multikolinearitas	46
4.1.6.3	Uji Heteroskedastisitas	47
4.1.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.1.8	Uji Hipotesis	49
4.1.8.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	49
4.1.8.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	50
4.1.8.3	Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.2	Pembahasan	54
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Penjualan	54
4.2.2	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Penjualan.....	55

4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Penjualan	55
BAB V	KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS	
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran.....	57
5.3	Implikasi Manajerial.....	58
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data penjualan ABS Diesel Medan periode 2018 - 2022.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk (X_1)	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2).....	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Penjualan (Y)	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variasi Produk (X_1), Kualitas Produk (X_2), Penjualan (Y).....	43
Tabel 4.6	Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i>	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4.11	Hasil Peran Dominan Variabel Bebas	52
Tabel 4.11	Nilai Koefisien Beta dan Koefisien Korelasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi ABS Diesel Medan	38

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Hasil Analisis Validitas Variasi Produk (X_1)
- Lampiran 4 Hasil Analisis Reliabilitas Variasi Produk (X_1)
- Lampiran 5 Hasil Analisis Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)
- Lampiran 6 Hasil Analisis Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_2)
- Lampiran 7 Hasil Analisis Validitas Keunggulan Bersaing (Y)
- Lampiran 8 Hasil Analisis Reliabilitas Keunggulan Bersaing (Y)
- Lampiran 9 Tabulasi Angket Responden
- Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 13 Hasil Uji Signifikansi Parsial
- Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 15 Hasil Uji Linearitas
- Lampiran 16 Tabel r
- Lampiran 17 Tabel T
- Lampiran 18 Tabel F
- Lampiran 19 Surat Ijin Riset
- Lampiran 20 Surat Balasan Riset
- Lampiran 21 Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro
- Lampiran 22 Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan
- Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Badan usaha merupakan organisasi yang mempunyai tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan demi keberlangsungan usaha dan semaksimal mungkin tidak mengalami kerugian dalam kondisi perekonomian yang semakin meningkat. Setiap usaha dituntut untuk memajukan serta mengembangkan usahanya ke tingkat yang lebih tinggi serta mempertahankan dan mengembangkan kualitas produk maupun jasa yang ditawarkan. Dengan produk maupun jasa yang bervariasi dengan jaminan kualitas yang baik, akan membuat harapan terhadap minat konsumen untuk membeli produk maupun jasa yang ditawarkan. Dengan produk yang bervariasi dengan kualitas yang baik, konsumen akan melakukan pembelian sehingga berdampak pada volume penjualan dan peningkatan laba.

Toko bagian memainkan peran penting dalam mendukung industri otomotif dan manufaktur lainnya yang berkembang pesat di seluruh dunia. Permintaan akan suku cadang kendaraan, peralatan industri, dan perangkat lainnya terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan jumlah kendaraan dan peralatan yang digunakan di seluruh dunia. Akibatnya, toko sparepart telah berkembang di berbagai negara, dengan perusahaan global dan platform online semakin mendominasi pasar global. Toko sparepart menjadi lokasi penting di seluruh negara untuk mekanik, pengguna kendaraan, dan industri lainnya untuk mendapatkan suku cadang yang mereka butuhkan. Mereka sangat penting untuk

menjaga mobilitas kendaraan dan menjaga peralatan tetap berjalan. Regulasi pemerintah dan peraturan keamanan juga mempengaruhi operasi toko sparepart untuk memastikan bahwa barang yang dijual memenuhi persyaratan yang ditetapkan.

Toko sparepart sering menjadi pusat industri atau komunitas mobil di kota-kota kecil. Penggemar mobil, mekanik lokal, dan pemilik bisnis kecil berkumpul di sana. Layanan yang ramah pelanggan dan ketersediaan suku cadang yang cepat merupakan keuntungan besar bagi pelanggan lokal. Beberapa toko sparepart bahkan menjadi pusat komunitas lokal untuk berbagi informasi tentang perawatan kendaraan dan industri lainnya. Di kawasan industri Medan, terdapat sejumlah toko yang menjadi pusat perhatian dalam industri diesel. Toko-toko ini menjadi destinasi utama bagi pelanggan yang mencari produk berkualitas terkait kendaraan bermesin diesel dan komponennya. Dari toko suku cadang hingga tempat perawatan kendaraan, berbagai outlet menawarkan beragam produk yang menjadi inti dari pengalaman pelanggan.

Toko-toko ini menjadi pusat penelitian tentang bagaimana variasi produk dan kualitas produk berdampak pada preferensi dan pembelian pelanggan. Dalam hal ini, variasi produk mencakup beragam pilihan suku cadang, aksesoris, dan perangkat tambahan yang tersedia di toko-toko tersebut. Kualitas produk tidak hanya tergantung pada bentuknya, tetapi juga pada keandalan, umur pakai, dan dukungan purna jual yang ditawarkan oleh toko. Toko ABS Diesel merupakan salah satu toko di Medan yang menjual *sparepart* atau suku cadang. Toko ini terletak di jalan Rahmadsyah yang menyediakan berbagai macam part dan suku

cadang mobil lainnya. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, menjaga dan meningkatkan penjualan merupakan faktor kunci dalam menjaga kesuksesan di usaha toko ABS Diesel Medan.

Pemahaman perilaku konsumen dalam membeli suatu produk akan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam menentukan dan mengembangkan produk yang akan dibuat. Konsumen akan menuntut berbagai produk sehingga akan ada banyak pilihan bagi konsumen untuk menentukan produk yang akan dibeli. Bagi konsumen, variasi produk akan menentukan keputusan mereka untuk membeli produk. Wahyuningsih (2019) variasi produk adalah berbagai jenis produk yang ditawarkan untuk dipilih dan dibeli oleh konsumen.

Kualitas produk dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan sebuah perusahaan. Pelanggan cenderung lebih memilih produk yang memiliki kualitas tinggi daripada produk yang kurang berkualitas. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan ialah kepercayaan pelanggan, reputasi bisnis, variasi produk, loyalitas pelanggan, hingga kualitas produk. Oleh karena itu, investasi dalam meningkatkan kualitas produk dapat menjadi strategi yang cerdas untuk meningkatkan penjualan dan membangun bisnis yang berkelanjutan. Menurut Asih Fitri (2019) kualitas produk adalah nilai kegunaan atau manfaat suatu produk dalam melaksanakan fungsinya

Dengan pilihan produk yang luas dan kualitas produk yang terjamin, ABS Diesel Medan menonjol dalam pasar diesel. Toko ini telah berkembang menjadi lokasi utama untuk berbagai suku cadang, aksesoris, dan perangkat tambahan untuk kendaraan bermesin diesel. ABS Diesel memenuhi kebutuhan pelanggan

dari berbagai segmen dengan pilihan yang luas dari berbagai merek, model, dan spesifikasi. Faktor utama lainnya adalah fokus yang tajam pada kualitas produk; produk yang ditawarkan bukan hanya memiliki kinerja fisik yang bagus, tetapi mereka juga unggul dalam keandalan, umur pakai yang tinggi, dan dukungan purna jual yang luar biasa. Di samping itu, toko ini terus berinovasi dengan menampilkan produk terbaru yang sesuai dengan perkembangan industri.

Tabel 1.1

Data penjualan ABS Diesel Medan periode 2018-2022

Tahun	Data Penjualan ABS Diesel	Presentase
2018	Rp. 759.760.000	-
2019	Rp. 609.908.000	-19,7%
2020	Rp. 646.987.000	6,04%
2021	Rp. 610.086.000	-5,75
2022	Rp. 786.732.000	28%

Sumber: ABS Diesel Medan

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat diketahui pada tahun 2018, penjualan ABS Diesel Medan adalah Rp. 759.760.000, kemudian pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi Rp. 609.908.000. Pada tahun 2020, mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp. 646.987.000, kemudian mengalami penurunan menjadi Rp. 610.086.000 pada tahun 2021. Pada tahun 2022, ABS Diesel Medan mengalami peningkatan penjualan menjadi Rp. 786.732.000. Penurunan penjualan yang dialami ABS Diesel Medan dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti Covid-19 yang menyebabkan penurunan ekonomi pada berbagai negara, berkurangnya minat beli pelanggan, persaingan bisnis, hingga pemasaran yang kurang efektif. Peningkatan penjualan yang dialami oleh ABS Diesel Medan dapat disebabkan oleh meningkatnya ekonomi masyarakat dan meningkatnya daya beli pelanggan.

Menurut Paranesa et al. (2019) penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Dalam menjalankan sebuah usaha, meningkatkan penjualan merupakan faktor krusial dalam mempertahankan keberhasilan usaha. Peningkatan penjualan ini yang selanjutnya akan membawa usaha ke jenjang yang lebih jauh, peningkatan penjualan ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti variasi produk yang beragam dan kualitas produk yang baik. Hal yang menarik peneliti dalam memilih ABS Diesel Medan sebagai tempat untuk melakukan penelitian adalah variasi produk yang dapat dikatakan kurang dan kualitas produk yang kurang bersaing dengan merek lain.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan Di Abs Diesel Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Bahwa dengan adanya peningkatan penjualan yang disebabkan oleh:

1. Variasi produk kurang yang mana adanya variasi produk yang dijual masih kurang lengkap yang menyebabkan pelanggan lebih memilih tempat lain untuk berbelanja
2. Kualitas produk yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

1.3. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut maka penulis membatasi masalah sehingga penelitian ini ditunjukkan pada Pengaruh variasi produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) pada peningkatan penjualan (Y) di ABS Diesel Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan?
3. Apakah variasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah variasi produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan.

3. Untuk mengetahui apakah variasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di ABS Diesel Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang digunakan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Bagi penulis diharapkan dapat membawa hasil dari penelitian agar menambah wawasan sehingga dapat memperoleh pengetahuan mengenai penerapan ilmu variasi produk dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan.

2. Aspek Praktik

- a. Bagi ABS Diesel Medan, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi maupun acuan untuk menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran yang digunakan maupun untuk terus meningkatkan kualitas produk dan variasi produk
- b. Bagi STIE Eka Prasetya, penelitian ini sebagai sumbangan literatur pada perpustakaan dalam bentuk skripsi ilmiah, sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan dan dapat dibaca oleh mahasiswa lainnya serta dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian lainnya.

.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Penjualan

Penjualan, menurut Muhammad (2017), adalah upaya manusia untuk menyampaikan barang kepada yang membutuhkan dengan imbalan uang sesuai harga yang disepakati bersama. Marissa (2021) menggarisbawahi bahwa penjualan menjadi tulang punggung bagi perusahaan dalam mencapai tujuan utamanya, yakni meraih keuntungan secara optimal. Paranesa et al. (2019) melengkapi pandangan ini dengan menyoroti sifat dinamis penjualan yang tercermin dalam variasi jumlahnya, dapat diukur dalam beragam satuan seperti unit, kilogram, ton, atau liter. Manik (2015) menjelaskan bahwa penjualan berperan sebagai instrumen penghasil pendapatan, baik dalam bentuk penerimaan kas maupun piutang usaha.

Didik Darmadi (2013) memberikan perspektif pemasaran dalam pengertian penjualan, menyatakan bahwa penjualan merupakan kegiatan bidang pemasaran di mana perusahaan menjual barang produksinya kepada konsumen. Penjualan dilakukan agar barang produksi dapat dinikmati oleh konsumen, dan melibatkan upaya untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen atau konsumen.

Berdasarkan uraian dari peneliti terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan proses memenuhi kebutuhan pribadi yang dilibatkan oleh penjual dan pembeli dan saling menguntungkan.

2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam penjualan ada beberapa hal yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Swastha (2009) faktor-faktor tersebut yaitu:

1. Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli adalah transfer hak milik barang dan jasa antara dua pihak. Penjual bertindak sebagai pihak pertama dan pembeli bertindak sebagai pihak kedua. Penjual harus dapat meyakinkan pembelinya bahwa mereka dapat mencapai tujuan penjualan yang diharapkan.

2. Kondisi pasar

Pasar, baik sebagai kelompok pembeli maupun sasaran penjualan, dapat memengaruhi kegiatan penjualan.

3. Modal

Jika barang yang dijual tidak dikenal oleh pembeli atau jika pembeli berada 24 jam jauh dari tempat penjual, penjual harus memperkenalkan atau membawa barangnya ke pembeli terlebih dahulu. Rekomendasi dan usaha seperti transportasi diperlukan untuk mencapai maksud tersebut. Bisnis dan lainnya hanya dapat dilakukan jika penjual memiliki modal yang diperlukan perusahaan.

4. Kondisi organisasi

Perusahaan besar biasanya menangani masalah penjualan melalui bagian penjualan yang dipimpin oleh spesialis penjualan. Di sisi lain, di perusahaan kecil, masalah penjualan ditangani oleh karyawan yang juga melakukan pekerjaan lain. Ini karena tenaga kerjanya tidak sekompleks perusahaan besar, dan masalah ini biasanya ditangani oleh perusahaan sendiri dan tidak diberikan kepada orang lain.

5. Faktor lain

Periklanan, peragaan, kampanye, dan hadiah adalah komponen penjualan yang paling umum. Namun, dana yang tidak sedikit diperlukan untuk melakukannya. Karena modal mereka yang sedikit, perusahaan kecil jarang melakukan kegiatan ini, tetapi bisnis yang memiliki modal yang besar dapat melakukannya secara teratur.

2.1.1.3 Variabel Yang Terdapat Dalam Penjualan

Dalam penjualan ada beberapa variabel yang dapat mempengaruhi naik turunnya penjualan, dimana menurut Kotler & Keller (2009) variabel-variabel yang terdapat dalam penjualan adalah sebagai berikut:

1. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan.

2. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya dan disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli.
3. Kualitas merupakan totalitas, fasilitas dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan, tersurat maupun tersirat.
4. Saluran distribusi merupakan sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk atau membantu memindahkan hak pemilikan produk atau jasa ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen.
5. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen

2.1.1.4 Klasifikasi Transaksi Penjualan

Transaksi penjualan memiliki beberapa klasifikasi yang membedakan satu sama lain. La Midjan (2019) dalam bukunya yang berjudul sistem informasi akuntansi berikut ini ada enam klasifikasi transaksi penjualan yaitu:

1. Penjualan secara tunai yaitu penjualan yang bersifat cash atau penjualan kontan. Pembayaran dalam jangka waktu satu bulan termasuk dalam pembayaran kontan.
2. Penjualan secara kredit yaitu penjualan dengan pembayaran yang dilakukan secara langsung dengan waktu rata-rata diatas satu bulan.

3. Penjualan secara tender yaitu penjualan yang dilakukan melalui prosedur tertentu untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender tersebut.
4. Penjualan secara ekspor yaitu penjualan yang dilaksanakan pembeli dari luar negeri yang mengimpor barang tersebut.
5. Penjualan konsinyasi yaitu penjualan secara titipan melalui penjualan lain.
6. Penjualan secara grosir yaitu penjualan yang tidak langsung kepada pembeli tetapi melalui perdagangan perantara. Grosir berfungsi sebagai perantara pabrik dengan pedagang.

2.1.1.5 Indikator Penjualan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari (2020) menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator penjualan yaitu:

1. Kemudahan

Indikator ini menunjukkan seberapa mudah pelanggan dapat membeli dan memesannya. Kemudahan pelanggan dalam melakukan transaksi dapat ditingkatkan oleh elemen seperti proses check-out yang mudah, navigasi yang mudah di situs web atau aplikasi, dan kejelasan informasi produk. Semakin mudah bagi konsumen untuk menemukan dan membeli barang atau jasa, semakin besar kemungkinan penjualan akan meningkat.

2. Efisiensi

Faktor-faktor seperti waktu pengiriman yang cepat, proses pengiriman yang andal, dan kemampuan untuk melacak status pengiriman dapat

meningkatkan efisiensi penjualan. Indikator ini menunjukkan seberapa cepat dan efisien pelanggan dapat menyelesaikan pembelian. Pelanggan cenderung memilih bisnis yang memungkinkan mereka melakukan transaksi dengan cepat dan efektif.

3. Harga

Proses pengiriman yang andal, waktu pengiriman yang cepat, dan kemampuan untuk memantau status pengiriman adalah beberapa faktor yang dapat meningkatkan efisiensi penjualan. Seberapa cepat dan efektif konsumen dapat menyelesaikan pembelian ditunjukkan oleh indikator ini. Pelanggan cenderung memilih perusahaan yang memungkinkan mereka melakukan transaksi dengan cepat dan efisien.

4. Fleksibilitas Metode Pembayaran

Metode Pembayaran: Indikator ini menunjukkan berbagai cara pelanggan dapat membayar. Memberikan berbagai metode pembayaran seperti cicilan, transfer bank, kartu kredit, atau dompet digital dapat meningkatkan kenyamanan dan fleksibilitas pelanggan. Dengan memenuhi preferensi pelanggan, bisnis dapat memperluas basis pelanggan dan meningkatkan penjualan.

5. Pelayanan

Salah satu indikator ini adalah kualitas layanan pelanggan. Pelayanan yang baik termasuk respons yang cepat terhadap pertanyaan pelanggan, bantuan yang efektif, dan penanganan yang baik terhadap keluhan atau masalah. Pelayanan yang memuaskan dapat membangun hubungan jangka panjang

dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan meningkatkan penjualan melalui rekomendasi atau testimonial yang positif.

2.1.2 Variasi Produk

2.1.2.1 Pengertian Variasi Produk

Wahyuningsih (2019) variasi produk adalah berbagai jenis produk yang ditawarkan untuk dipilih dan dibeli oleh konsumen. Pernyataan ini menekankan bahwa variasi produk mencakup berbagai jenis produk yang tersedia bagi konsumen, menyediakan berbagai pilihan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka.

Wahyu Nurul (2019) variasi produk merupakan suatu proses menciptakan suatu produk yang beragam baik dari ukuran, harga maupun tampilannya, perusahaan perlu mengembangkan variasi produk secara berkesinambungan seiring dengan dengan perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen yang senantiasa berubah, Pernyataan ini menunjukkan bahwa variasi produk mencakup bukan hanya produk itu sendiri, tetapi juga proses pembuatan produk dengan berbagai elemen untuk menyesuaikan diri dengan pasar dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Baidowi (2021) variasi produk merupakan yang membedakan produk antara perusahaan dikategori produk yang sama. Variasi produk yang dilakukan untuk meningkatkannya, variasi tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara berupa variasi ukuran, harga, tampilan, dan bahan-bahan yang merupakan komponen dari variasi produk yang dapat dijadikan pembeda dengan produk pesaing. Pernyataan ini menekankan betapa pentingnya produk

yang ditawarkan oleh perusahaan yang sejenis berbeda. Variasi ini dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik produk terhadap pelanggan dengan membuatnya berbeda dari produk pesaing dalam hal fitur, harga, dan fitur lainnya.

Menurut Eka S & Sutedjo (2023) variasi produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Dalam pernyataan ini, variasi produk didefinisikan sebagai semua produk yang tersedia bagi pembeli oleh suatu penjual atau perusahaan. Ini mencakup semua jenis produk yang dapat dibeli pembeli dari penjual yang bersangkutan.

Menurut Rahmawaty (2015) variasi produk adalah pengembangan dari suatu produk sehingga menghasilkan bermacam-macam pilihan. Pernyataan ini menunjukkan bahwa variasi produk melibatkan pengembangan produk dengan menambahkan variasi atau opsi yang berbeda. Hal ini memberi konsumen lebih banyak pilihan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, preferensi, atau keinginan mereka.

Variasi produk melibatkan berbagai jenis, ukuran, harga, tampilan, dan fitur lain yang ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk memberikan berbagai pilihan kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen serta membedakan produk dari pesaing dalam pasar yang kompetitif, memungkinkan peningkatan penjualan dan daya tarik produk.

2.1.2.2 Tingkatan Produk

Tingkatan produk menurut M. A. Firmansyah (2019), terdapat lima tingkatan produk, yakni

1. Manfaat inti (*core benefit*), yaitu jasa atau manfaat inti yang sesungguhnya dibeli dan dikonsumsi oleh pelanggan.
2. Manfaat dasar tambahan (*generic product*), yaitu manfaat tambahan dasar yang ada pada manfaat inti produk sehingga dapat berfungsi.
3. Harapan dari produk (*expected product*), yaitu serangkaian kondisi yang diharapkan dengan ditawarkan berbagai atribut produk untuk dilakukan pembelian.
4. Produk tambahan (*equipmented product*), yaitu salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk lainnya.
5. Masa depan produk potensi (*potential product*), yaitu segala harapan masa depan produk apabila adanya perubahan dan perkembangan.

2.1.2.3 Lini Produk

Produk merupakan komponen utama dalam penjualan. Kotler & Keller (2013) menyatakan bahwa bauran produk, juga dikenal sebagai "pilihan produk", adalah kumpulan semua barang dan jasa yang dijual dan ditawarkan oleh penjual tertentu. Berbagai lini produk termasuk dalam bauran produk, misalnya:

1. Lebar bauran produk mengacu pada beberapa lini produk berbeda yang dijual perusahaan

2. Panjang bauran produk mengacu pada jumlah total produk dalam bauran.
3. Kedalaman bauran produk mengacu pada banyaknya varian yang ditawarkan masing-masing produk dalam lini.
4. Konsistensi dari bauran produk mengacu seberapa dekat hubungan dari berbagai lini produk pada penggunaan akhir.

2.1.2.4 Hal Penting Dalam Variasi Produk

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam variasi produk. menurut Christina Widya Utami (2017), hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam variasi produk yaitu

1. Variasi merek produk
Merupakan banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan di dalam toko atau persentase permintaan beberapa standar kualitas umum yang memuaskan.
2. Variasi kelengkapan produk
Merupakan sejumlah kategori produk yang berbeda di dalam toko.
3. Variasi ukuran produk
Merupakan jumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan jumlah keberagaman yang luas.
4. Variasi kualitas produk
Merupakan standar kualitas umum dalam kategori produk yang berkaitan dengan label, kemasan dan ketahanan serta bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

2.1.2.5 Indikator Variasi Produk

Menurut Dwi Warni (2019) Indikator variasi produk adalah:

1. Kemudahan mendapatkan produk

Indikator ini menunjukkan seberapa mudah pelanggan menemukan dan mendapatkan barang yang mereka inginkan. Beberapa faktor, seperti ketersediaan barang di toko fisik atau online, ketersediaan stok yang memadai, dan kemampuan untuk secara praktis melakukan pemesanan atau pre-order, dapat membantu pelanggan mendapatkan barang yang mereka inginkan. Semakin mudah bagi pelanggan untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan, semakin besar kemungkinan pembeli

2. Kelengkapan produk

Indikator ini terkait dengan keragaman atau variasi produk perusahaan. Pelanggan cenderung mencari berbagai pilihan produk berdasarkan fitur, varian, ukuran, warna, atau model. Dengan menawarkan berbagai pilihan produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan, bisnis dapat menarik lebih banyak pembeli dan memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda. Kelengkapan produk yang baik dapat meningkatkan peluang penjualan dan mendorong pembelian impulsif.

3. Keinginan untuk membeli.

Indikator ini menunjukkan sejauh mana pelanggan tertarik pada produk dan ingin membeli. Kualitas produk, keunikan, kebaruan, atau popularitas dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk yang inovatif, desain yang menarik, atau fitur yang menarik dapat

meningkatkan daya tarik dan keinginan konsumen untuk membeli. Persepsi konsumen tentang nilai produk juga memengaruhi keinginan mereka untuk membeli.

2.1.3 Kualitas Produk

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Susetiyo et al. (2016), adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, perbaikan, serta atribut lainnya. Widyaningrum (2014) menambahkan bahwa kualitas produk dapat disimpulkan sebagai kesesuaian konsumen terhadap mutu barang atau produk yang dibeli untuk memenuhi segala kebutuhan. Menurut Yanti et al. (2019), kualitas produk dapat diartikan sebagai nilai kegunaan atau manfaat suatu produk dalam melaksanakan fungsinya. Mela et al. (2019), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam memperagamkan fungsinya. Oktavenia & Ardani (2018) melengkapi dengan definisi bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dengan demikian, kualitas produk mencakup berbagai aspek seperti performa, daya tahan, kemudahan penggunaan, dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian dari pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk meningkatkan nilai dari produk tersebut.

2.1.3.2 Pentingnya Kualitas Produk

Kualitas produk yang dirasakan adalah penilaian global baik atau buruk. Rusel dan Taylor dalam Ariani (2020), menjelaskan peran pentingnya kualitas, yaitu:

1. Meningkatkan reputasi dan pangsa pasar perusahaan,
2. Diakui di pasar lokal dan internasional.
3. Rasa tanggung jawab produk meningkat ketika persaingan untuk kualitas produk atau layanan yang disetujui meningkat, mendorong organisasi atau perusahaan untuk bertanggung jawab atas desain, pemrosesan, dan distribusi produk tersebut sesuai dengan konsumen.
4. Perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.
5. Memahami persepsi kualitas sebagai hal penting dalam persaingan yang memotivasi konsumen untuk mau membeli produk dengan harga tinggi tetapi juga berkualitas tinggi

2.1.3.3 Tujuan Kualitas Produk

Pembuatan suatu produk pastinya memiliki suatu tujuan. Menurut Kotler dalam Aisah (2015) adapun tujuan kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan.
2. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.

3. Mengusahakan agar biaya desain dari produksi tertentu menjadi sekecil mungkin.
4. Mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi serendah mungkin

2.1.3.4 Unsur-unsur Kualitas Produk

Kualitas produk menentukan penjualan suatu produk. Menurut Wijaya (2011), unsur-unsur kualitas produk yang diterapkan sebagai sifat pengganti adalah sebagai berikut

1. Harga yang wajar, sebuah produk belum tentu secara mutlak memiliki kualitas yang baik. Yang terpenting adalah produk tersebut memenuhi tuntutan konsumen.
2. Ekonomis, konsumen mencari sifat ekonom seperti kebutuhan energi yang sekecil mungkin, kerusakan sedikit mungkin, pemeliharaan dan biaya pengamanan sekecil mungkin, namun penggunaannya luas.
3. Awet, pemakai mengharapkan agar produk terbuat dari bahan yang awet dan tahan terhadap perubahan yang drastis sepanjang waktu.
4. Aman, sebuah produk diharapkan aman untuk digunakan dan tidak membahayakan kehidupan. Beberapa produk telah menimbulkan masalah.
5. Mudah digunakan, umumnya produk dirancang bagi rata-rata konsumen pada umumnya, yang penggunaannya tanpa memerlukan latihan khusus terlebih dahulu.

6. Mudah dibuat, hal ini berkaitan dengan biaya produksi. Produksi harus dibuat dari bahan-bahan yang mudah diperoleh, mudah disimpan, dan proses produksinya tidak membutuhkan proses dan keterampilan khusus tertentu.
7. Mudah dibuang/ didaur ulang, pada lingkungan sekarang yang pada populasinya, produk yang sudah habis kegunaannya diharapkan bisa dibuang begitu saja dengan mudah.

2.1.3.5 Indikator Kualitas Produk

Ada beberapa indikator yang harus dipenuhi untuk menentukan seberapa baik kualitas suatu produk dalam penelitian Yanti et al. (2019) indikator kualitas produk yaitu:

1. Kinerja produk

Kinerja produk merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan seberapa baik atau buruk sebuah produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan

2. Daya tahan produk

Daya tahan produk mengacu pada kemampuan sebuah produk untuk bertahan atau tetap berfungsi sebagaimana mestinya selama periode penggunaan yang diharapkan atau diinginkan oleh pengguna

3. Fitur produk

Fitur produk mengacu pada karakteristik atau atribut khusus yang dimiliki oleh suatu produk yang membedakannya dari produk lain yang ada di pasar.

4. Desain produk

Desain produk adalah proses merencanakan dan menciptakan karakteristik fisik dan estetika suatu produk agar sesuai dengan kebutuhan pengguna serta tujuan bisnis perusahaan.

5. Kesesuaian kinerja produk terhadap persepsi konsumen

Kesesuaian kinerja produk terhadap persepsi konsumen merujuk pada sejauh mana produk tersebut memenuhi harapan, kebutuhan dan preferensi konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai dasar referensi dalam mendukung penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

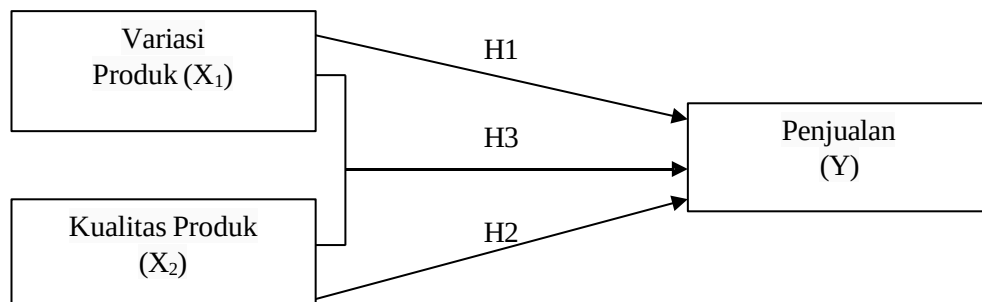
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Victor Santos, Mauro Sampaio and Dario Henrique Alliprandini 2020 Scopus 1 Journal of Manufacturing Tech Management	The impact of product variety on fill rate, inventory and sales performance in the consumer goods industry	Independen X= Product Variety Dependen Y1= FILL RATE Y2= Inventory Y3=Sales	<i>The results show that sales performance is negatively associated with product variety</i>

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
2	Xiang Wan, Philip T. Evers, Martin E. Dresner Operation management 2022 Scopus	Too Much of a Good Thing: The Impact of Product Variety on Operations and Sales Performance	Independen X= Product Variety Dependen Y1= Operation Y2=Sales	<i>Our results show that fill rates are negatively associated with product variety at a diminishing rate</i>
3	Bagus Agung Susetiyo, Sya'ad Afifuddin, Sri Fajar Ayu Jurnal Agribisnis Sumatera Utara Sinta 3 2016	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Karet Di Pt. Perkebunan Nusantara III (Persero)	Independen X= Kualitas Produk X2= kualitasn Pelayanan X3=kepuasan pelanggan Dependen Y=penjualan	<i>The result show that product quality, quality of service and customer satisfaction has a positive coefficient sign. This means that the improvement of product quality, service quality and customer satisfaction will increase the level of sales.</i>
5	Agus Sudarsono , Aris Ariyanto, Mada Faisal Akbar Sinta 3 2022	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Volume Penjualan	Independen X= Kualitas Produk X2= Harga X3=kepuasan pelanggan Dependen Y= Volume penjualan	Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Secara parsial harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap cust

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digambar dengan model penelitian yang menunjukkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat dilihat hubungan yang terjadi antar variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Peningkatan Penjualan (Y), sedangkan variabel independennya adalah Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2). Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka variabel yang dipakai dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh variasi produk terhadap penjualan di ABS Diesel Medan.

- H₂: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap penjualan di ABS Diesel Medan.
- H₃: Terdapat pengaruh variasi produk dan kualitas produk terhadap penjualan di ABS Diesel Medan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah toko ABS Diesel Medan di Jalan Rahmadsyah No. 68, Kotamatsum III, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20211

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Januari 2024 sampai dengan April 2024

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kuantitatif. Menurut Jaya (2019) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran)

3.2.2 Sumber Data Penelitian

Menurut Syawaludin (2019) terdapat 2 sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara dengan informan.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan berupa informasi yang akan melengkapi data primer. Data tambahan yang dimaksud meliputi dokumen atau arsip didapatkan dari berbagai sumber, foto pendukung yang sudah ada, maupun foto yang dihasilkan sendiri.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli produk di ABS Diesel Medan yang berjumlah sebanyak 248 orang yang merupakan pelanggan yang rutin melakukan pembelian di ABS Diesel Medan

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan populasi dari yang tidak diketahui dan bias jumlah konsumen yang melakukan pembelian (Jaya, 2019), maka berdasarkan opini Hair

et al merekomendasikan dimana jumlah dari sampel minimal adalah 5 kali dan maksimal adalah 10 kali jumlah indikator (Hair et al., 2017). Dalam penelitian terdapat 13 indikator, maka jumlah indikator yang digunakan adalah: Sampel minimum = jumlah indikator $\times$ 5 = $13 \times 5 = 65$ responden, Sampel maksimum = jumlah indikator $\times$ 10 = $13 \times 10 = 130$ responden. Pada penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 responden dari pelanggan ABS Diesel Medan, sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *accidental sampling* dimana pelanggan yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variable penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
Variasi Produk (X ₁)	Variasi produk adalah berbagai jenis produk yang ditawarkan untuk dipilih dan dibeli oleh konsumen.	1. Kemudahan mendapatkan produk 2. Kelengkapan produk 3. Keinginan untuk membeli.	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Produk (X ₂)	Dwi Warni (2019) kualitas produk adalah nilai kegunaan atau manfaat suatu produk dalam melaksanakan fungsinya	Dwi Warni (2019) 1. Kinerja Produk 2. Daya tahan Produk 3. Fitur Produk 4. Desain Produk 5. Kesesuaian Kinerja Produk Terhadap Presepsi Konsumen	Skala <i>Likert</i>
	Sumber : Asih Firi (2019)	Sumber Asih Fitri (2019)	

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
Penjualan (Y)	Penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Sumber : Gede (2019)	1. Kemudahan 2. Efisiensi 3. Harga 4. Fleksibilitas Metode Pembayaran 5. Pelayanan Sumber : Sari (2020)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam kuesioner yang akan dibagikan kepada para responden, terdapat beberapa pernyataan yang akan diukur menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2018), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari skala *Likert* mempunyai beberapa dimensi dari segi positif hingga sisi negatif, dimana skala *Likert* menggunakan beberapa butir pernyataan pilihan sebagai berikut.

1. Sangat Setuju (SS) dengan skala *Likert* 5
2. Setuju (S) dengan skala *Likert* 4
3. Netral (N) dengan skala *Likert* 3
4. Tidak Setuju (TS) dengan skala *Likert* 2

5. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skala *Likert* 1

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Secara umum, uji validitas dapat diartikan sebagai uji yang bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Priyatno (2018), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Menurut Priyatno (2018), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajekan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang secara umum sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah Cronbach Alpha. Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa kriteria suatu penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* > 0.6 .

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah – masalah asumsi klasik. Regresi linear OLS adalah sebuah model regresi linear dengan metode perhitungan kuadrat terkecil atau yang disebut sebagai *Ordinary Least Square* (OLS) dalam bahasa inggris. Menurut Priyatno (2018), model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Histogram*, *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya:

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018), uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik *Histogram* dan *Normal Probability Plot of Regression*.

a. Output Histogram

Output ini merupakan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal

b. Output *Normal Probability Plot of Regression*

Output *Normal Probability Plot of Regression* menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

2. Uji Statistik

Menurut Priyatno (2018), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,1. Menurut Ghazali (2018) multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel

independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2018), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali (2018), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Penjualan (dependent variabel)
 X₁ = Variasi Produk(independent variabel)
 X₂ = Kualitas Produk (independent variabel)
 a = konstanta

- b_1 = koefisien variabel Variasi Produk
 b_2 = koefisien variabel Kualitas Produk
 e = persentase kesalahan

3.6.5 Uji Hipotesis

3.6.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen secara satu per satu terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), “uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10% dan uji 2 sisi”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0,$
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$

tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.6.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), “uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas

berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0,$
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0,$

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , padatingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi atau disebut juga R Square yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Menurut Ghazali (2018) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variable independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variable independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat ABS Diesel Medan

Toko penjual diesel di Medan memiliki sejarah yang panjang dan berperan penting dalam memenuhi kebutuhan bahan bakar dan suku cadang di kota ini. Salah satu dari penjual diesel di Medan adalah ABS Diesel. ABS Diesel didirikan pada tahun 2005 dan telah beroperasi selama 19 tahun. Seiring dengan berjalannya waktu, ABS Diesel mulai kalah dalam persaingan dikarenakan banyak penjual baru. ABS Diesel merupakan usaha keluarga yang didirikan di Jalan Rahmadsyah No. 68, Kotamatsum III, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20211

4.1.2 Visi, Misi, dan Struktur Organisasi ABS Diesel Medan

4.1.2.1 Visi ABS Diesel Medan

Menjadi mitra utama dan terkemuka dalam memenuhi kebutuhan *sparepart* pelanggan

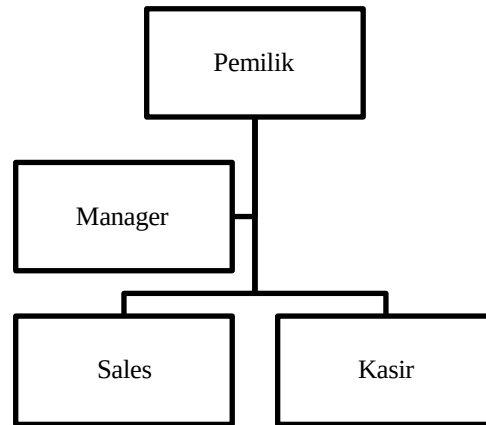
4.1.2.2 Misi ABS Diesel Medan

1. Menyediakan *sparepart* berkualitas tinggi dan asli untuk memenuhi kebutuhan pelanggan
2. Menawarkan harga yang kompetitif dan nilai tambah yang menarik dari pelanggan

4.1.2.3 Struktur Organisasi ABS Diesel Medan

Gambar 4. 1

Struktur Organisasi ABS Diesel Medan



Sumber: ABS Diesel Medan

Secara garis besar, pembagian wewenang dan tanggung jawab dari setiap fungsi dalam struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pemilik
 - a. Merencanakan, mengorganisir dan mengawasi operasional toko
 - b. Menentukan dan menjalin hubungan dengan pemasok *sparepart*
 - c. Merekrut, melatih dan mengelola tim penjualan dan staff toko
 - d. Mengelola sistem penjualan
2. Manager
 - a. Mengawasi operasional harian toko dan memastikan segala kegiatan berjalan lancar
 - b. Memastikan tersedianya persediaan *sparepart* yang cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan
 - c. Memantau pendapatan dan pengeluaran
 - d. Mengelola administrasi toko

3. Sales
 - a. Mendengarkan kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi yang sesuai
 - b. Memberikan informasi secara jelas dan akurat kepada pelanggan
 - c. Mengidentifikasi peluang penjualan dan mencari prospek pelanggan baru
 - d. Menjelaskan manfaat dan fitur produk kepada pelanggan
 - e. Membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan
4. Kasir
 - a. Melayani pelanggan dengan ramah
 - b. Menerima pembayaran
 - c. Mencatat dan melaporkan transaksi penjualan harian
 - d. Menyusun laporan penjualan

4.1.3 Karakteristik Responden

4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia seperti pada tabel 4.1 di bawah ini

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	< 20 tahun	30	23,08%
2	20 – 40 tahun	71	54,62%
3	> 40 tahun	29	22,30%
Jumlah		130	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari tabel 4.1 terlihat responden pada ABS Diesel Medan yang berusia 20 – 40 tahun paling banyak yaitu sebanyak 71 responden (54,62%), > 40 tahun sebanyak 29 responden (22,30%) dan sisanya yang berusia < 20 tahun sebanyak 30 responden (23,08%)

4.1.4 Uji Validitas

Secara umum, uji validitas dapat diartikan sebagai uji yang bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Priyatno (2018), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item dinyatakan tidak valid.

Hasil uji validitas variabel variasi produk (X_1) dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Variabel Variasi Produk (X_1)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	ABS Diesel Medan selalu menjual produk dengan persediaan yang banyak sehingga tidak takut kehabisan	0,524	0,3610	Valid
2.	Selama melakukan pembelian di ABS Diesel Medan, barang yang saya inginkan selalu tersedia	0,819	0,3610	Valid
3.	ABS Diesel Medan menjual berbagai merek produk	0,881	0,3610	Valid
4.	ABS Diesel Medan menyediakan produk dengan berbagai tipe	0,758	0,3610	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
5.	Produk yang lengkap di ABS Diesel Medan membuat ABS Diesel Medan menjadi tujuan utama saya saat membeli	0,764	0,3610	Valid
6.	Produk yang dijual ABS Diesel Medan selalu sesuai dengan saya butuhkan	0,391	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari tabel 4.2 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel variasi produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3061 sehingga semua butir pernyataan kuesioner variasi produk dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas variabel kualitas produk (X_2) dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Variabel Kualitas Produk (X_2)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kinerja produk ABS Diesel Medan lebih bagus dari toko lain	0,453	0,3610	Valid
2.	Kualitas produk di ABS Diesel Medan lebih baik dari toko lain	0,650	0,3610	Valid
3.	Produk yang dijual ABS Diesel Medan tidak mudah rusak	0,765	0,3610	Valid
4.	Produk yang dijual ABS Diesel Medan menawarkan produk dengan garans	0,798	0,3610	Valid
5.	Produk ABS Diesel Medan tahan lama	0,802	0,3610	Valid
6.	Produk yang dijual ABS Diesel Medan selalu memiliki kualitas dan harga yang bagus	0,576	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel kualitas produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar

dari r_{tabel} 0,3061 sehingga semua butir pernyataan kuesioner kualitas produk dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas variabel penjualan (Y) dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Variabel Penjualan (Y)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Lokasi ABS Diesel Medan sangat strategis	0,481	0,3610	Valid
2.	ABS Diesel Medan menawarkan jasa pengantaran untuk pembelian barang	0,811	0,3610	Valid
3.	Berbelanja di ABS Diesel Medan sangat menghemat waktu karena staffnya sangat membantu	0,669	0,3610	Valid
4.	Staff ABS Diesel Medan memberikan saran sehingga mudah untuk melakukan pembelian	0,475	0,3610	Valid
5.	Harga produk ABS Diesel Medan sangat terjangkau	0,831	0,3610	Valid
6.	Kualitas produk yang ditawarkan ABS Diesel Medan sesuai dengan harganya	0,756	0,3610	Valid
7.	ABS Diesel Medan menerima pembayaran cash / transfer	0,699	0,3610	Valid
8.	Pembayaran di ABS Diesel Medan sangat aman	0,735	0,3610	Valid
9.	Staff di ABS Diesel Medan sangat ramah	0,578	0,3610	Valid
10.	Staff di ABS Diesel Medan sangat membantu saat melakukan pembelian dengan memberikan rekomendasi	0,417	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel penjualan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3061 sehingga semua butir pernyataan kuesioner penjualan dinyatakan telah valid.

4.1.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Menurut Priyatno (2018), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajekan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang secara umum sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah Cronbach Alpha. Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa kriteria suatu penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* > 0.6 .

Hasil uji reliabilitas variabel variasi produk (X_1), kualitas produk (X_2), dan penjualan (Y) dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini

Tabel 4. 5

Hasil Uji Reliabilitas Variasi Produk (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Penjualan (Y)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Variasi Produk (X_1)	0,791	6
Kualitas Produk (X_2)	0,768	6
Penjualan (Y)	0,842	10

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.5, maka dinyatakan bahwa variabel variasi produk (X_1), kualitas produk (X_2) dan penjualan (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah

– masalah asumsi klasik. Regresi linear OLS adalah sebuah model regresi linear dengan metode perhitungan kuadrat terkecil atau yang disebut sebagai *Ordinary Least Square* (OLS) dalam bahasa inggris. Menurut Priyatno (2018), model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas

4.1.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Histogram*, *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya:

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018), uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik *Histogram* dan *Normal Probability Plot of Regression*.

a. Output Histogram

Output ini merupakan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk

grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal

Hasil uji normalitas menunjukkan grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri (U) tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

b. Output Normal Probability Plot of Regression

Output *Normal Probability Plot of Regression* menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa data telah berdistribusi normal.

3. Uji Statistik

Menurut Priyatno (2018), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini

Tabel 4. 6*Hasil One Sample Kolmogorov Smirnov*

	Unstandardized Residual
N	130
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	0,097

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.097 lebih besar dari 0.05 (Sig > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,1. Menurut Ghozali (2018) multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas

Tabel 4. 7*Hasil Uji Multikolinearitas*

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Variasi Produk	0,624	1,603
Kualitas Produk	0,624	1,603

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari tabel 4.7 terlihat bahwa semua dimensi yakni variasi produk dan kualitas produk memiliki nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2018), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat terlihat bahwa titik – titik pola pada grafik menyebar secara merata baik di atas maupun di bawah sumbu 0 pada grafik, hal tersebut membuktikan bahwa data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali (2018), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Penjualan (dependent variabel)

X₁ = Variasi Produk(independent variabel)

- X_2 = Kualitas Produk (independent variabel)
 a = konstanta
 b_1 = koefisien variabel Variasi Produk
 b_2 = koefisien variabel Kualitas Produk
 e = persentase kesalahan

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini

Tabel 4. 8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	6,797	2,740
Variasi produk	0,485	0.115
Kualitas produk	0.867	0.121

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresinya adalah:

$$\text{Penjualan} = 6,797 + 0,485 \text{ Variasi Produk} + 0,867 \text{ Kualitas Produk} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 6,797 artinya jika variasi produk dan kualitas produk yang diteliti berjumlah nol dan tidak ada variabel lain yang mempengaruhi, maka penjualan pada ABS Diesel Medan adalah sebesar 6,797
2. 0,485 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel variasi produk akan menyebabkan penjualan bertambah sebesar 0,485 satu – satuan
3. 0,867 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel kualitas produk akan menyebabkan penjualan bertambah sebesar 0,867 satu – satuan

4.1.8 Uji Hipotesis

4.1.8.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen secara satu per satu terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), “uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10% dan uji 2 sisi”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0,$
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$

tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Tabel 4. 9

Hasil Uji Signifikansi Parsial (uji t)

Variabel	t	Sig.
Variasi Produk	4,203	0,000
Kualitas Produk	7,161	0,000

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari tabel 4.9 diketahui bahwa:

H₁: Adanya pengaruh variabel variasi produk terhadap penjualan.

Pada variabel variasi produk (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (4,203) > t_{tabel} (1,97867). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu variasi produk berpengaruh terhadap penjualan pada ABS Diesel Medan. Nilai signifikansi variabel sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel Variasi Produk signifikan. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa

variasi produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada ABS Diesel Medan.

H₂: Adanya pengaruh variabel kualitas produk terhadap penjualan.

Pada variabel kualitas produk (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (7,161) > t_{tabel} (1,97867). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap penjualan pada ABS Diesel Medan. Nilai signifikansi variabel sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk signifikan. berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada ABS Diesel Medan.

4.1.8.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2018), “uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0,$
- b. $H_a : b_1, b_2 \neq 0,$

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , padatingkat signifikan (α) = 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Hasil uji signifikansi simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel 4.10 di bawah ini

Tabel 4. 10

Hasil Uji Signifikansi Simultan (uji F)

F	Sig
84,831	0,000

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

H₃: Adanya pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap penjualan

Dari tabel 4.10 diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 45,624 dengan tingkat keyakinan 95%, nilai F_{tabel} sebesar 3,07. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan variasi produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan di ABS Diesel Medan.

4.1.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi atau disebut juga R Square yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Menurut Ghazali (2018) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini

Tabel 4. 11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.572	.565	3.020

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi R square yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,572. Hal ini menunjukkan bahwa 57,2% penjualan ABS Diesel Medan dipengaruhi oleh kualitas produk dan variasi produk, sedangkan sisanya yaitu 42,8% dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Variabel kualitas produk dan variasi produk tentu saja memiliki besar nilai pengaruh terhadap penjualan. Selain uji *R Square*, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan masing – masing dari variabel kualitas produk dan variasi produk terhadap penjualan. Berikut pengujiannya:

Tabel 4. 12

Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Variasi Produk		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari hasil pengujian tersebut, diketahui bahwa variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap penjualan karena posisinya yang berada di urutan paling atas setelah variasi produk. Selanjutnya, perlu mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing – masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatannya terhadap penjualan. Untuk mengetahui kontribusi masing – masing variabel bebas, maka harus diketahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4. 13

Nilai Koefisien Beta dan Koefisien Korelasi

Variabel	Standardized Coefficients Beta	Koefisien Korelasi
Kualitas produk	0,526	0,716
Variasi produk	0,309	0,632

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Berdasarkan hasil tersebut, maka selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi kualitas produk dan variasi produk terhadap penjualan. Rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi Variabel X} = \text{Koefisien Standardized} \times \text{Koefisien Korelasi}$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari kualitas produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian:

1. Kontribusi kualitas produk $= 0,526 \times 0,716 = 0,376616$
2. Kontribusi variasi produk $= 0,309 \times 0,632 = 0,195288$
3. Kontribusi secara simultan $= 0,376616 + 0,195288 = 0,571904$

adalah sama dengan besarnya R^2

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi kualitas produk terhadap penjualan adalah sebesar 0,376616, ini artinya secara parsial kualitas produk mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap penjualan sebesar 37,7%
2. Besarnya kontribusi variasi produk terhadap penjualan adalah sebesar 0,195288, ini artinya secara parsial variasi produk mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap penjualan sebesar 19,5%
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap penjualan adalah sebesar 0,571904, ini artinya kualitas produk dan variasi produk secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap penjualan sebesar 57,2%. Hasil ini selaras dengan *R Square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.2. Pembahasan

4.2.1 Pengaruh kualitas produk terhadap penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada ABS Diesel Medan. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang dijual oleh ABS Diesel Medan tidak sesuai dengan harapan pembeli sehingga pelanggan lebih memilih berbelanja di tempat lain, hal ini yang menyebabkan penurunan penjualan di ABS Diesel Medan. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Bagus Agung Susetiyo, Sya'ad Afifuddin, Sri Fajar Ayu (2016) "*Pengaruh Kualitas Produk. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Karet di PT. Perkebunan Nusantara III (Persero)*". Berdasarkan hasil penelitian

menggunakan analisis regresi linear berganda, diketahui kualitas produk berpengaruh positif terhadap penjualan.

4.2.2 Pengaruh variasi produk terhadap penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada ABS Diesel Medan. Hal ini dikarenakan variasi produk yang dijual oleh ABS Diesel Medan masih kurang lengkap dibandingkan dengan toko lainnya sehingga pelanggan lebih memilih berbelanja di tempat lain, hal ini yang menyebabkan penurunan penjualan di ABS Diesel Medan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Victor Santos, Mauro Sampaio dan Dario Henrique Alliprandini (2020) "*The Impact of Product Variety on Fill Rate, Inventory and Sales Performance in the Consumer Goods Industry*". Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear, diketahui variasi produk berdampak negatif terhadap penjualan.

4.2.3 Pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, diketahui bahwa variabel kualitas produk dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada ABS Diesel Medan. Hal ini disebabkan karena kurangnya kualitas dan variasi produk yang menyebabkan pelanggan lebih memilih untuk pergi ke tempat lain. Pelanggan saat ingin melakukan pembelian pasti memilih tempat yang paling lengkap sehingga tidak perlu lagi pergi ke

tempat lain. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Agung Sudarsono, Aris Ariyanto, Mada Faisal Akbar (2022) *"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Volume Penjualan"*. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda, secara parsial diketahui kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian oleh XiangWan, Philip.T Evers dan Martin E. Dresner (2022) *"Too Much of a Good Thing: The Impact of Product Variety on Operations and Sales Performance"*. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear, diketahui variasi produk berdampak negatif terhadap penjualan.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) pada ABS Diesel Medan.
2. Variasi produk (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) pada ABS Diesel Medan
3. Kualitas produk (X_1) dan variasi produk (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) pada ABS Diesel Medan.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada akademis:

1. Memperluas cakupan sampel penelitian

Keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah responden merupakan pelanggan dari ABS Diesel saja. Selanjutnya diharapkan mampu memperluas cakupan sampel seperti pemasok *sparepart* di kota Medan.
2. Menambah variabel penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan penelitian dengan mencari variabel lain yang dapat mempengaruhi Penjualan seperti harga dan *e-commerce*.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubung keterbatasan waktu, tenaga dan biaya. Penelitian ini hanya mengambil 130 responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. ABS Diesel Medan harus mempertimbangkan kualitas produk (X1) terhadap penjualan (Y), seperti:
 - a. ABS Diesel Medan dapat meningkatkan kualitas produk yang dijual terutama yang sesuai dengan yang dicari oleh pelanggan agar pelanggan tidak perlu mencari ke tempat lain saat akan membeli
 - b. ABS Diesel Medan dapat memperhatikan kelengkapan produk dengan kualitas yang baik agar ABS Diesel tetap menjadi tujuan utama saat membeli produk
2. ABS Diesel Medan harus mempertahankan variasi produk (X₂) terhadap penjualan (Y), seperti:
 - a. ABS Diesel Medan dapat meningkatkan variasi produk yang dijual, terutama yang memiliki kinerja produk yang bagus dapat

diperbanyak sehingga pelanggan tetap berlangganan dan penjualan akan tetap meningkat

- b. ABS Diesel Medan dapat memperhatikan variasi produk yang memiliki harga dan kualitas produk yang dijual agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar pelanggan tetap betah dalam membeli produk

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismailiyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse

Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43

Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.

Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).

Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.

Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.

Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.

Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.

Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.

Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Rezeki, S. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia. *Senashtek 2024*, 2(1), 351-358.

Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Siagian, F. V., & Rinaldi, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Metode RGEC Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Akuntansi*, 6(1), 73-87.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli

Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.

KUESIONER
PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK PADA
PENINGKATAN PENJUALAN DI ABS DIESEL MEDAN

Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Umur : [] < 20 tahun
[] 20 – 40 tahun
[] > 40 tahun

Silahkan jawab pertanyaan berikut ini dengan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda. Anda harus menandai jawaban yang Anda pilih dengan membubuhkan tanda silang (X) pada kolom yang disediakan. Berikut petunjuknya :

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2 = Tidak Setuju (TS)
3 = Netral (N)
4 = Setuju (S)
5 = Sangat Setuju (SS)

KUESIONER

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
Penjualan (Y)							
Indikator: Kemudahan							
1	Lokasi ABS Diesel Medan sangat strategis						
2	ABS Diesel Medan menawarkan jasa pengantaran untuk pembelian barang						
Indikator: Efisiensi							
1	Berbelanja di ABS Diesel Medan sangat menghemat waktu karena staffnya sangat membantu						
2	Staff ABS Diesel Medan memberikan saran sehingga mudah untuk melakukan pembelian						
Indikator: Harga							
1	Harga produk ABS Diesel Medan sangat terjangkau						
2	Kualitas produk yang ditawarkan ABS Diesel Medan sesuai dengan harganya						
Indikator: Fleksibilitas Metode Pembayaran							
1	ABS Diesel Medan menerima pembayaran cash / transfer						
2	Pembayaran di ABS Diesel Medan sangat aman						
Indikator: Pelayanan							
1	Staff di ABS Diesel Medan sangat ramah						
2	Staff di ABS Diesel Medan sangat membantu saat melakukan pembelian dengan memberikan rekomendasi						
Variasi Produk (X₁)							
Indikator: Kemudahan Mendapatkan Produk							
1	ABS Diesel Medan selalu menjual produk dengan persediaan yang banyak sehingga tidak takut kehabisan						
2	Selama melakukan pembelian di ABS Diesel Medan, barang yang saya inginkan selalu tersedia						

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Indikator: Kelengkapan Produk						
1	ABS Diesel Medan menjual berbagai merek produk					
2	ABS Diesel Medan menyediakan produk dengan berbagai tipe					
Indikator: Keinginan untuk membeli						
1	Produk yang lengkap di ABS Diesel Medan membuat ABS Diesel Medan menjadi tujuan utama saya saat membeli					
2	Produk yang dijual ABS Diesel Medan selalu sesuai dengan saya butuhkan					
Kualitas Produk (X ₂)						
Indikator: Kinerja Produk						
1	Kinerja produk ABS Diesel Medan lebih bagus dari toko lain					
2	Kualitas produk di ABS Diesel Medan lebih baik dari toko lain					
Indikator: Daya Tahan Produk						
1	Produk yang dijual ABS Diesel Medan tidak mudah rusak					
2	Produk yang dijual ABS Diesel Medan menawarkan produk dengan garans					
Indikator: Kesesuaian Kinerja Produk Terhadap Persepsi Konsumen						
1	Produk ABS Diesel Medan tahan lama					
2	Produk yang dijual ABS Diesel Medan selalu memiliki kualitas dan harga yang bagus					

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	4	5	5	3	27
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	3	4	4	4	3	23
4	4	3	3	4	3	4	21
5	3	4	3	3	4	4	21
6	3	4	3	3	3	3	19
7	4	5	5	5	2	5	26
8	4	2	2	3	2	4	17
9	5	3	3	3	2	5	21
10	3	4	4	5	5	5	26
11	5	4	5	5	4	4	27
12	5	5	5	5	5	4	29
13	3	5	5	4	4	5	26
14	4	4	4	5	5	4	26
15	5	5	5	5	5	4	29
16	5	5	5	5	5	4	29
17	4	5	4	4	5	5	27
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	4	4	4	4	5	26
20	5	5	5	4	5	5	29
21	5	5	5	4	5	5	29
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	4	3	5	3	5	25
24	4	5	5	5	5	4	28
25	4	4	5	5	4	4	26
26	4	4	5	4	4	5	26
27	5	5	5	4	4	4	27
28	5	5	5	5	4	5	29
29	5	5	5	4	4	4	27
30	5	4	5	5	5	5	29

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	4	4	5	28
2	4	4	4	5	5	5	27
3	3	4	4	3	4	4	22
4	5	5	5	5	3	4	27
5	5	4	3	5	3	3	23
6	4	4	5	4	3	3	23
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	3	2	3	2	3	17
9	5	5	3	3	3	3	22
10	4	4	4	4	4	5	25
11	4	5	4	5	5	5	28
12	5	4	4	5	5	5	28
13	4	5	4	4	5	4	26
14	5	4	4	4	4	5	26
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	4	4	5	5	5	27
17	4	5	4	4	4	4	25
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	5	5	5	4	28
21	4	5	5	5	5	4	28
22	4	5	4	5	5	5	28
23	3	2	3	3	3	5	19
24	4	5	4	4	5	5	27
25	5	5	4	5	5	5	29
26	5	3	4	3	5	4	24
27	4	5	4	5	5	4	27
28	4	3	4	5	5	5	26
29	5	5	5	5	5	4	29
30	4	3	5	5	5	5	27

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	4	4	5	5	4	3	5	3	3	4	40
2	4	4	3	4	4	5	4	3	3	3	37
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	2	30
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	45
6	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
7	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
8	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
9	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
10	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
11	5	3	2	4	3	3	2	4	5	4	35
12	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44
13	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	37
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
15	4	3	4	4	4	2	5	3	4	4	37
16	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	1	3	3	5	3	5	5	5	3	4	37
19	4	3	5	5	5	3	4	5	2	3	39
20	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	47
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
22	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	40
23	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
24	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	36
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	46
27	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
28	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	44
29	5	3	2	3	2	3	3	3	5	3	32
30	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45

Lampiran 3 Hasil Analisis Validitas Variasi Produk (X₁)

		Correlations						Variasi Produk
		X1_S1	X1_S2	X1_S3	X1_S4	X1_S5	X1_S6	
X1_S1	Pearson Correlation	1	.226	.364*	.352	.224	.098	.524**
	Sig. (2-tailed)		.230	.048	.056	.235	.606	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S2	Pearson Correlation	.226	1	.765**	.507**	.613**	.228	.819**
	Sig. (2-tailed)	.230		.000	.004	.000	.227	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S3	Pearson Correlation	.364*	.765**	1	.621**	.596**	.264	.881**
	Sig. (2-tailed)	.048	.000		.000	.001	.158	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S4	Pearson Correlation	.352	.507**	.621**	1	.532**	.155	.758**
	Sig. (2-tailed)	.056	.004	.000		.003	.412	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S5	Pearson Correlation	.224	.613**	.596**	.532**	1	.052	.764**
	Sig. (2-tailed)	.235	.000	.001	.003		.785	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S6	Pearson Correlation	.098	.228	.264	.155	.052	1	.391*
	Sig. (2-tailed)	.606	.227	.158	.412	.785		.032
	N	30	30	30	30	30	30	30
Variasi Produk	Pearson Correlation	.524**	.819**	.881**	.758**	.764**	.391*	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.032	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil Analisis Reliabilitas Variasi Produk (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	6

Lampiran 5 Hasil Analisis Validitas Kualitas Produk (X₂)

Correlations

		X2_S1	X2_S2	X2_S3	X2_S4	X2_S5	X2_S6	Kualitas Produk
X2_S1	Pearson Correlation	1	.382 [*]	.254	.295	.085	.000	.453 [*]
	Sig. (2-tailed)		.037	.176	.113	.654	1.000	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_S2	Pearson Correlation	.382 [*]	1	.456 [*]	.424 [*]	.337	.000	.650 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.037		.011	.019	.069	1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_S3	Pearson Correlation	.254	.456 [*]	1	.540 ^{**}	.528 ^{**}	.319	.765 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.176	.011		.002	.003	.086	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_S4	Pearson Correlation	.295	.424 [*]	.540 ^{**}	1	.584 ^{**}	.383 [*]	.798 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.113	.019	.002		.001	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_S5	Pearson Correlation	.085	.337	.528 ^{**}	.584 ^{**}	1	.621 ^{**}	.802 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.654	.069	.003	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_S6	Pearson Correlation	.000	.000	.319	.383 [*]	.621 ^{**}	1	.576 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	1.000	1.000	.086	.036	.000		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30

Kualitas Produk	Pearson Correlation	.453*	.650**	.765**	.798**	.802**	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6 Hasil Analisis Reliabilitas Kualitas Produk (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	6

Lampiran 7 Hasil Analisis Validitas Penjualan (Y)

Correlations

		Y_S 1	Y_S 2	Y_S 3	Y_S 4	Y_S 5	Y_S 6	Y_S 7	Y_S 8	Y_S 9	Y_S10	Penjualan
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	n
Y_S1	Pearson Correlation	1	.408*	.257	-.029	.414*	.230	.079	.148	.522**	.060	.481**
	Sig. (2-tailed)		.025	.171	.878	.023	.221	.677	.436	.003	.754	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_S2	Pearson Correlation	.408*	1	.572**	.440*	.670**	.626**	.431*	.462*	.454*	.240	.811**
	Sig. (2-tailed)	.025		.001	.015	.000	.000	.018	.010	.012	.201	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_S3	Pearson Correlation	.257	.572**	1	.512**	.761**	.323	.507**	.327	.120	.046	.669**
	Sig. (2-tailed)	.171	.001		.004	.000	.082	.004	.078	.527	.810	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Y_S4	Pearson Correlation	-.029	.440*	.512**	1	.512**	.282	.404*	.315	-.016	-.097	.475**
	Sig. (2-tailed)	.878	.015	.004		.004	.131	.027	.090	.932	.610	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_S5	Pearson Correlation	.414*	.670**	.761**	.512**	1	.511**	.559**	.559**	.222	.228	.831**
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000	.004		.004	.001	.001	.239	.227	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_S6	Pearson Correlation	.230	.626**	.323	.282	.511**	1	.575**	.615**	.386*	.255	.756**
	Sig. (2-tailed)	.221	.000	.082	.131	.004		.001	.000	.035	.173	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_S7	Pearson Correlation	.079	.431*	.507**	.404*	.559**	.575**	1	.486**	.260	.226	.699**
	Sig. (2-tailed)	.677	.018	.004	.027	.001	.001		.006	.165	.230	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_S8	Pearson Correlation	.148	.462*	.327	.315	.559**	.615**	.486**	1	.453*	.317	.735**
	Sig. (2-tailed)	.436	.010	.078	.090	.001	.000	.006		.012	.088	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_S9	Pearson Correlation	.522**	.454*	.120	-.016	.222	.386*	.260	.453*	1	.242	.578**
	Sig. (2-tailed)	.003	.012	.527	.932	.239	.035	.165	.012		.197	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Y_S10	Pearson Correlation	.060	.240	.046	-.097	.228	.255	.226	.317	.242	1	.417*
	Sig. (2-tailed)	.754	.201	.810	.610	.227	.173	.230	.088	.197		.022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Penjualan	Pearson Correlation	.481**	.811**	.669**	.475**	.831**	.756**	.699**	.735**	.578**	.417*	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.001	.022	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8 Hasil Analisis Reliabilitas Penjualan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	10

Lampiran 9 Tabulasi Data Angket

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	4	4	4	5	4	5	26
2	4	3	3	5	5	5	25
3	4	5	4	4	5	5	27
4	5	4	4	3	1	5	22
5	4	3	3	5	5	5	25
6	5	4	3	3	4	5	24
7	4	4	4	3	4	4	23
8	3	4	4	3	3	4	21
9	4	5	5	5	5	5	29
10	5	5	5	5	4	5	29
11	4	3	3	3	4	3	20
12	4	4	3	4	4	5	24
13	5	5	4	5	4	5	28
14	4	3	3	3	3	5	21
15	4	4	4	3	2	3	20
16	4	5	5	4	2	5	25
17	4	5	5	5	5	5	29
18	4	5	5	3	5	1	23
19	3	3	5	2	4	4	21
20	5	5	5	4	3	5	27
21	4	5	5	5	3	5	27
22	5	4	3	2	2	2	18
23	3	4	2	2	2	5	18
24	4	4	5	4	4	5	26
25	5	5	4	5	4	5	28
26	5	5	4	3	5	5	27
27	5	3	2	3	3	4	20
28	4	3	4	3	3	4	21
29	5	2	2	2	1	5	17
30	5	5	4	5	5	5	29
31	4	5	4	5	5	5	28
32	4	5	4	5	5	5	28
33	5	5	5	5	3	5	28
34	4	5	5	5	4	5	28
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	5	5	5	5	5	29
37	5	5	4	5	5	3	27
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	3	4	4	4	3	23
40	4	3	3	4	3	4	21
41	3	4	3	3	4	4	21
42	3	4	3	3	3	4	20
43	4	5	5	5	2	5	26
44	4	2	2	3	2	4	17
45	5	3	3	3	2	5	21
46	3	4	4	5	5	5	26
47	5	4	5	5	4	4	27

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
48	5	5	5	5	5	4	29
49	3	5	5	4	4	5	26
50	4	4	4	5	5	4	26
51	5	5	5	5	5	4	29
52	5	5	5	5	5	4	29
53	4	5	4	4	5	5	27
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	4	4	4	4	5	26
56	5	5	5	4	5	5	29
57	5	5	5	4	5	5	29
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	4	3	5	3	5	25
60	4	5	5	5	5	4	28
61	4	4	5	5	4	4	26
62	4	4	5	4	4	5	26
63	5	5	5	4	4	4	27
64	5	5	5	5	4	5	29
65	5	5	5	4	4	4	27
66	5	4	5	5	5	5	29
67	5	4	4	5	5	5	28
68	4	5	4	4	5	5	27
69	5	4	3	3	3	5	23
70	4	3	4	5	4	5	25
71	5	5	4	4	5	4	27
72	5	4	4	4	4	4	25
73	4	5	5	5	4	5	28
74	5	4	3	4	4	4	24
75	4	5	5	4	5	5	28
76	4	4	5	5	5	3	26
77	5	4	4	4	4	5	26
78	4	5	5	4	3	4	25
79	4	5	4	3	2	5	23
80	4	5	5	5	5	5	29
81	5	4	5	5	4	5	28
82	4	5	5	5	4	5	28
83	5	4	4	3	4	5	25
84	5	4	4	3	4	5	25
85	4	5	4	5	4	4	26
86	5	4	4	4	3	5	25
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	5	4	4	5	5	27
89	5	5	4	5	5	5	29
90	3	5	5	4	5	5	27
91	5	4	4	4	5	5	27
92	4	5	5	5	5	5	29
93	4	5	5	4	4	5	27
94	5	5	5	5	4	4	28
95	4	5	4	4	5	4	26
96	4	4	5	5	4	5	27

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
97	5	4	5	3	4	4	25
98	5	4	5	4	5	5	28
99	4	4	3	4	5	3	23
100	5	5	5	5	4	5	29
101	4	5	5	5	4	4	27
102	4	5	5	5	5	4	28
103	5	4	5	3	4	5	26
104	5	4	5	5	5	4	28
105	5	5	5	4	5	4	28
106	5	5	4	5	5	5	29
107	4	5	4	5	4	4	26
108	5	5	4	5	4	5	28
109	5	4	5	5	5	4	28
110	4	5	5	5	5	4	28
111	4	5	5	5	5	4	28
112	5	5	4	5	4	5	28
113	4	5	5	5	4	5	28
114	4	5	4	5	5	5	28
115	5	5	5	5	4	5	29
116	4	5	4	5	4	5	27
117	4	5	4	4	4	5	26
118	5	3	5	4	5	4	26
119	4	5	5	4	5	4	27
120	5	4	5	5	5	4	28
121	4	4	5	5	4	5	27
122	5	5	4	4	5	4	27
123	5	5	4	4	5	4	27
124	4	4	4	4	4	5	25
125	5	5	4	5	5	4	28
126	3	5	3	3	5	5	24
127	5	5	5	5	5	5	30
128	4	5	5	4	5	5	28
129	5	4	5	5	5	5	29
130	4	5	5	5	4	3	26
	574	578	561	556	544	589	

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	5	4	5	29
2	5	5	5	5	3	5	28
3	5	5	5	5	4	4	28
4	5	5	5	5	4	3	27
5	5	4	4	4	3	5	25
6	4	4	5	4	3	3	23
7	4	4	3	4	4	3	22
8	4	4	3	3	4	3	21
9	5	5	5	5	5	5	30
10	3	5	5	5	5	5	28
11	4	4	3	3	3	3	20
12	5	5	4	5	3	4	26
13	5	4	5	5	4	5	28
14	5	5	3	5	3	3	24
15	5	5	5	5	4	3	27
16	5	5	5	5	5	4	29
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	3	5	5	5	3	26
19	5	5	3	4	5	2	24
20	5	5	5	5	5	4	29
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	5	5	3	3	2	22
23	5	5	5	5	2	2	24
24	4	5	3	5	5	4	26
25	2	5	4	5	4	5	25
26	4	5	5	5	4	3	26
27	5	5	5	5	2	3	25
28	3	3	3	2	4	3	18
29	4	5	5	5	2	2	23
30	5	5	3	5	4	5	27
31	5	5	3	5	4	5	27
32	5	5	3	5	4	5	27
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	4	5	4	4	5	27
35	5	5	5	4	5	5	29
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	4	4	5	28
38	4	4	4	5	5	5	27
39	3	4	4	3	4	4	22
40	5	5	5	5	3	4	27
41	5	4	3	5	3	3	23
42	4	4	5	4	3	3	23
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	3	2	3	2	3	17
45	5	5	3	3	3	3	22
46	4	4	4	4	4	5	25
47	4	5	4	5	5	5	28
48	5	4	4	5	5	5	28
49	4	5	4	4	5	4	26

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
50	5	4	4	4	4	5	26
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	5	5	5	27
53	4	5	4	4	4	4	25
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	5	5	5	5	4	28
57	4	5	5	5	5	4	28
58	4	5	4	5	5	5	28
59	3	2	3	3	3	5	19
60	4	5	4	4	5	5	27
61	5	5	4	5	5	5	29
62	5	3	4	3	5	4	24
63	4	5	4	5	5	4	27
64	4	3	4	5	5	5	26
65	5	5	5	5	5	4	29
66	4	3	5	5	5	5	27
67	5	3	4	3	4	5	24
68	5	5	5	5	4	4	28
69	5	4	5	5	3	3	25
70	4	3	3	2	4	5	21
71	4	4	5	4	4	4	25
72	3	3	4	5	4	4	23
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	2	5	3	4	22
75	4	4	4	4	5	4	25
76	4	3	3	4	5	5	24
77	3	3	4	4	4	4	22
78	3	3	4	3	5	4	22
79	2	3	3	3	4	3	18
80	3	3	2	3	5	5	21
81	5	4	4	3	5	5	26
82	4	5	5	5	5	5	29
83	3	5	4	5	4	3	24
84	3	5	4	5	4	3	24
85	4	4	5	4	4	5	26
86	5	5	5	5	4	4	28
87	5	5	4	4	5	5	28
88	4	3	2	4	4	4	21
89	5	5	5	4	4	5	28
90	5	4	5	5	5	4	28
91	5	5	5	5	4	4	28
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	4	29
94	5	4	4	5	5	5	28
95	4	5	4	5	4	5	27
96	5	5	4	5	5	4	28
97	5	4	5	4	5	5	28
98	5	4	5	4	5	4	27

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
99	5	5	5	4	5	4	28
100	5	5	4	5	4	4	27
101	4	5	5	5	4	5	28
102	4	5	5	5	4	5	28
103	5	5	4	5	4	5	28
104	4	5	5	4	5	4	27
105	5	5	4	3	5	5	27
106	5	4	5	4	5	4	27
107	5	5	4	5	4	5	28
108	5	3	4	4	5	5	26
109	4	5	5	3	5	4	26
110	5	4	5	4	5	5	28
111	4	4	4	5	5	5	27
112	4	5	4	5	5	4	27
113	5	5	5	5	4	5	29
114	4	5	5	4	5	5	28
115	5	4	5	4	4	5	27
116	4	4	5	4	5	5	27
117	5	3	4	5	5	4	26
118	5	4	5	4	4	4	26
119	5	4	5	5	4	5	28
120	5	4	5	4	5	5	28
121	5	4	5	4	5	4	27
122	5	5	4	3	5	4	26
123	5	4	5	5	4	5	28
124	5	4	5	4	5	4	27
125	5	4	5	4	5	4	27
126	4	5	4	4	4	5	26
127	5	5	5	5	5	5	30
128	5	5	4	5	5	5	29
129	5	4	4	4	4	4	25
130	4	5	5	4	4	4	26
	581	574	563	572	562	557	

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	3	4	5	5	3	5	5	4	4	5	43
2	5	3	4	4	2	5	5	3	3	5	39
3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	46
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	43
5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	34
6	5	3	4	4	3	4	4	4	3	5	39
7	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
8	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	38
9	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	46
10	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	47
11	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33
12	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	35
13	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	47
14	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	37
15	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	38
16	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	46
18	5	5	4	4	3	4	3	5	5	2	40
19	5	5	3	3	3	2	2	3	5	4	35
20	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
21	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	45
22	5	3	4	3	3	4	5	4	3	5	39
23	4	2	2	3	2	2	2	4	2	4	27
24	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	45
25	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	45
26	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	41
27	4	2	4	5	5	4	5	3	2	5	39
28	4	4	3	3	3	3	3	3	4	5	35
29	4	2	5	5	4	5	5	2	2	5	39
30	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4	43
31	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	44
32	4	4	5	4	5	3	5	5	4	3	42
33	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	45
34	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
35	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
37	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	45
38	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	44
39	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	41
40	5	3	4	4	4	4	4	3	3	5	39
41	4	3	4	5	5	5	4	4	3	5	42
42	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	38
43	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	47
44	5	2	3	3	3	2	3	2	2	3	28
45	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	30
46	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	46
47	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
48	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	46
49	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
50	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
51	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	45
52	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	45
53	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47
54	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
55	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	42
56	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
57	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	44
58	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
59	5	3	1	3	1	3	3	4	3	5	31
60	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	46
61	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
62	5	5	3	3	3	3	4	4	5	4	39
63	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
64	5	5	4	2	2	4	4	5	5	3	39
65	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	47
66	5	5	3	3	2	3	4	4	5	3	37
67	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	39
68	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
69	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	38
70	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	35
71	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	45
72	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	38
73	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	46
74	5	3	5	4	3	3	3	4	3	4	37
75	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	46
76	5	5	1	1	1	3	4	4	5	4	33
77	4	4	4	1	2	4	3	4	4	4	34
78	3	5	3	3	2	3	3	5	5	4	36
79	4	4	4	4	2	3	3	5	4	4	37
80	5	5	4	3	2	4	3	5	5	3	39
81	5	5	3	3	2	4	3	4	5	4	38
82	5	5	3	4	3	4	4	5	5	3	41
83	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
84	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	36
85	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
86	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	37
87	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
88	4	4	3	4	4	2	3	5	4	4	37
89	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
90	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	44
91	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	39
92	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	44
93	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	46
94	5	5	4	2	5	5	5	5	5	4	45
95	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	41
96	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
97	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	43
98	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45

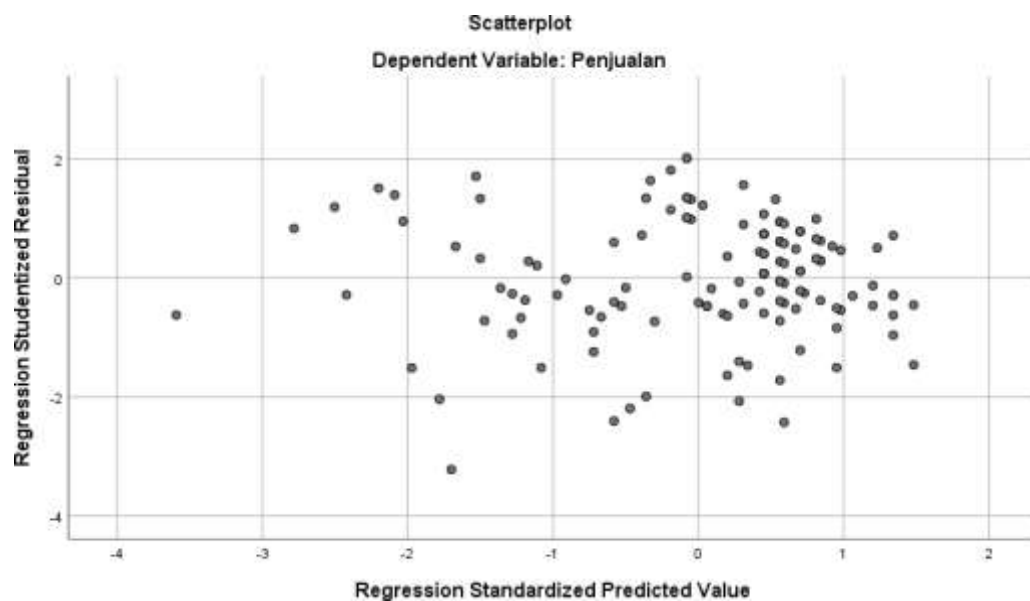
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
99	5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	41
100	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	46
101	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
102	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	47
103	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	45
104	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	46
105	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	44
106	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
107	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	43
108	5	4	4	4	3	4	5	5	4	3	41
109	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	44
110	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	44
111	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	47
112	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	45
113	5	4	4	5	4	2	5	5	5	5	44
114	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45
115	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	44
116	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	42
117	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
118	4	5	5	2	5	4	4	3	5	5	42
119	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	44
120	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	41
121	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
122	2	4	5	4	5	4	4	4	4	5	41
123	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	43
124	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	46
125	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	44
126	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	45
127	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	43
128	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
129	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	42
130	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	46
	566	561	557	540	522	538	551	574	563	517	

Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas

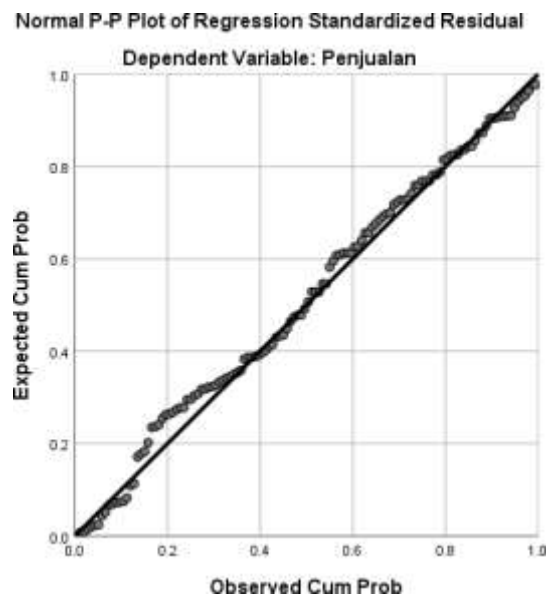
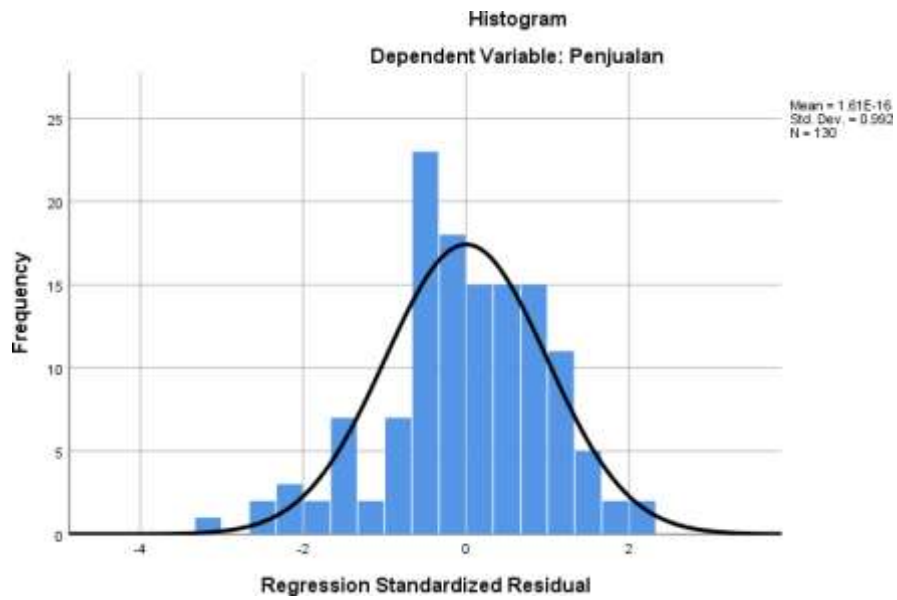
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.797	2.740		2.480	.014		
	Variasi Produk	.485	.115	.309	4.203	.000	.624	1.603
	Kualitas Produk	.867	.121	.526	7.161	.000	.624	1.603

a. Dependent Variable: Penjualan

Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.99697235
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.035
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 13 Hasil Uji Signifikansi Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1547.873	2	773.936	84.831	.000 ^b
	Residual	1158.658	127	9.123		
	Total	2706.531	129			

- a. Dependent Variable: Penjualan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Variasi Produk

Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.572	.565	3.020

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Variasi Produk
b. Dependent Variable: Penjualan

Lampiran 15 Hasil Uji Linearitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Variasi Produk		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Penjualan

Correlations

		Variasi Produk	Kualitas Produk	Penjualan
Variasi Produk	Pearson Correlation	1	.613**	.632**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	130	130	130
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.613**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	130	130	130
Penjualan	Pearson Correlation	.632**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	130	130	130

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 16 Tabel r

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 17 Tabel t

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Lampiran 18 Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 26 Januari 2024

Nomor: 670/R/STIE-EP/1/2024
Lamp. : ---
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu ABS Diesel Medan
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Ericko Chandra
NIM	: 201010179
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan Di Abs Diesel Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke ABS Diesel Medan yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Lampiran 20 Surat Balasan Riset

ABS Diesel

Medan, 2 November 2023

Lampiran : Surat keterangan
Hal : Observasi

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan STIE EKA PRASETYA Medan
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami ingin memberikan keterangan bahwa mahasiswa :

Nama	: Ericko Chandra
NIM	: 201010179
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Pada Peningkatan Penjualan Di ABS Diesel Medan

Sesuai dengan data tersebut diatas adalah benar yang tersebut diatas **Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE EKA PRASETYA, Jurusan Manajemen (S1), Jl. Merapi No. 08 Medan.**

Surat Keterangan ini di berikan untuk menerangkan bahwa : yang bersangkutan tersebut diatas telah melakukan " **OBSERVASI** " di Toko ABS Diesel yang berada di Jl. Rahmadsyah No. 68. Kota Matsum III. Medan Kota, **MEDAN KOTA.**

Demikian surat keterangan ini diberikan sesuai permohonan yang bersangkutan dengan ketentuan apabila bukti-bukti tersebut diatas ternyata tidak benar/palsu maka surat keterangan ini dengan sendirinya dinyatakan batal dan tidak berlaku demi hukum.

Medan, 02 November 2023



Devi

ABS Diesel

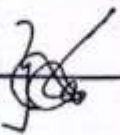
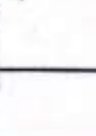
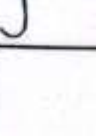
Lampiran 21 Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro



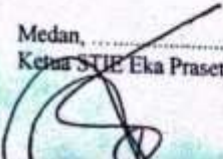
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : ERICKO CHANDRA
NIM : 2010101791205
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	16/2	NAMA: MICHA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh promosi penjualan, Kualitas Pelayanan Dan Kebersihan merek oli Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Rian	181010205	
2	16/2	NAMA: KELVIN JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Karaktersistik Kewirausahaan, Ikutan Di media Sosial Dan Hango Terhadap penjualan Di Kopi Titi Koma	181010258	
3	17/4	NAMA: ARDAN JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Li'Fra merek, word O'Fmouth dan gaya hidup Terhadap Reputasi dan pembelian konsumen pada produk vape merek voopro Di toko ANANTAVIRMA	191010200	
4	17/4	NAMA: ERICKO JUDUL PROPOSAL: Pengaruh struktur organisasi, Employee dan working capital terhadap tax avoidance pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor minuman di bursa BEK Indonesia	201010098	
5	17/4	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keputusan pembelian pada pabrik Sumba Harapan 6	191010038	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ... 20....
 Ketua STIE Eka Prasetya


Lampiran 22 Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan

 STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 1	
		Nama Mahasiswa : <u>ERICKO CHANDRA</u>	
		NIM : <u>201010179</u>	Kelas : <u>Pemasaran A</u>
		Konsentrasi : <u>Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)</u>	
		HP/WA : <u>081264741856</u> Email: <u>erichoandrea25@gmail.com</u>	
		Alamat Tinggal:	
Nama Dosen Pembimbing 1: <u>Ihdina Gustina S.E, M.M</u>		Nama Dosen Pembimbing 2: <u>Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.</u>	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	12/9-2023	Revisi Pengajuan judul	
2	23/9-2023	Penjelasan Pengajuan judul via zoom	
3	28/9-2023	- Revisi ✓ Bab 1 Pendahuluan, typo penulisan	
4	11/12-2023	- Revisi ✓ Bab. II & III, & Typo penulisan	
5	19/01-2024	- Revisi ✓ Bab 1, 2 & 3 (identifikasi mslh, penelitian terdahulu, populasi & cara sampling ?) Jo jawab pada saat ketemu	
6			
7			
8	27/01-24	- oke acc sempro	
9		- lanjut DOPING II	
10	28/4-2024	- Revisi ✓ implikasi manajerial	
11	29/4-2024	- Revisi Perbaikan typo penulisan	
12	30/4-2024	- Revisi BAB 5 dan implikasi manajerial	
13	30/4-2024	- oke acc Sidang Mega hijau	
14			
15			
16			
17			
REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : **ERICKO CHANDRA**

NIM : **201010179**

Kelas : **Pemasaran A**

Konsentrasi : ~~Kewirausahaan~~ Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : **081264741856** Email: **erickochandra25@gmail.com**

Alamat Tinggal:

Nama Dosen Pembimbing 1:

Ihdina Gustina S.E., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M. Sc.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	19/12/2023	Bimbingan online BAB 1, BAB 2, BAB 3	
2	8/1/2024	REVISI BAB 1, BAB 2, BAB 3	
3	9/1/2024	Revisi BAB 1, BAB 2, BAB 3 (format Penulisan)	
4	10/1/2024	Bim Bingan identifikasi masalah	
5	11/1/2024	Revisi Indikator Penjualan, Kualitas Produk	
6	18/1/2024	Perbaikan penulisan /merapikan tulisan	
7	25/1-2024	ACC Lembar	
8	30/4/2024	Bimbingan Bab 4 dan 5	
9	9/5-2024	Bimbingan Bab 4 dan 5	
10		Bimbingan Bab 4 dan 5	
11	16/5-2024	Bimbingan Uji Analitis	
12	17/5-2024	ACC Sidang	
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Ericko Chandra
Tempat / Tanggal Lahir : Medan/08 April 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jln. Pasar V Komplek Lalang Permai no C9
Alamat Email : erickochandra25@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 081264741856

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2008 s/d Tahun 2010 : SD Methodist 5
2. Tahun 2011 s/d Tahun 2014 : SD Letjend Haryono MT
3. Tahun 2014 s/d Tahun 2017 : SMP Letjend Haryono MT
4. Tahun 2017 s/d Tahun 2020 : SMA Letjend Haryono MT
5. Tahun 2020 s/d Tahun 2024 : STIE EKA PRASETYA

RIWAYAT PEKERJAAN

Maret 2020 s/d Sekarang : TOKO ABS DIESEL

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Rudy Chandra
Pekerjaan : Wiraswasta
Handphone (HP) : 081370504646
Alamat : Jln. Pasar V Komplek Lalang Permai no C9

Nama Ibu : Mariana
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 081260489578
Alamat : Jln. Pasar V Komplek Lalang Permai no C9

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 17 Januari 2024

Penulis


Ericko Chandra
201010179