

**ANALISA *PERSONAL SELLING* DAN HARGA TERHADAP
VOLUME PENJUALAN CAT KUDA TERBANG PADA PT.
DUWI PESONA SOLIDA ABADI**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
KARINA
181010242**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

Judul : ANALISA *PERSONAL SELLING* DAN HARGA
TERHADAP VOLUME PENJUALAN CAT KUDA
TERBANG PADA PT. DUWI PESONA SOLIDA
ABADI

Nama : Karina

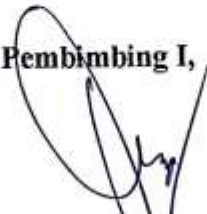
NIM : 181010242

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,


Ihdina Gustina, S.E., M.M.
NIDN: 0126088303

Pembimbing II,

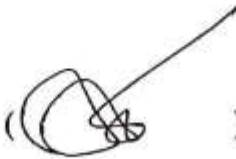

Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.
NUP: 9901001658

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : ANALISA *PERSONAL SELLING* DAN HARGA
TERHADAP VOLUME PENJUALAN CAT KUDA
TERBANG PADA PT. DUWI PESONA SOLIDA
ABADI
Nama : Karina
NIM : 181010242
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 28 Juni 2022
Dewan Penguji,

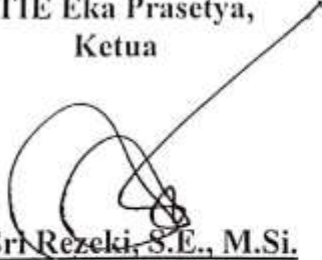
Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

()

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

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua


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

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir, adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, 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	Karina
NIM	181010242
Judul Skripsi	Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan Harga Terhadap Volume Penjualan Cat Kuda Terbang Pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi
Pembimbing Tugas Akhir:	
Pembimbing - I	Ihdina Gustina, S.E., M.M.
Pembimbing - II	Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

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

Medan, 27 Mei 2022


Karina
181010242

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISA *PERSONAL SELLING* DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN CAT KUDA TERBANG PADA PT. DUWI PESONA SOLIDA ABADI”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

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, S.T.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Kedua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Junaidi Abidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M., sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.

7. Bapak Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 27 Mei 2022
Penulis



Karina
181010242

ABSTRAK

Karina, 181010242, 2022. Analisa *Personal Selling* dan Harga Terhadap Volume Penjualan Cat Kuda Terbang Pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M., Pembimbing II: Bapak Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *Personal Selling* dan Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT. Duwi Pesona Solida Abadi serta unit observasinya adalah konsumen dari PT. Duwi Pesona Solida Abadi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari PT. Duwi Pesona Solida Abadi sebanyak 110 responden. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan berjumlah 86 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Volume Penjualan = 3,932 + 0,336 *Personal Selling* + 0,415 Harga + e**. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dimana $t_{hitung} 4,174 > t_{tabel} 1,988$ dan variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dimana $t_{hitung} 4,614 > t_{tabel} 1,988$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 45,395 > F_{tabel} 3,11$ yang berarti variabel bebas yaitu *Personal Selling* dan Harga secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 52,20% variabel Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dipengaruhi oleh variabel *Personal Selling* dan Harga, sedangkan sisanya sebesar 47,80% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti Saluran Distribusi, *Direct Marketing* dan Kualitas Pelayanan yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Harga, Volume Penjualan

ABSTRACT

Karina, 181010242, 2022. *The Influence of Personal Selling and Price on Sales Volume for "Kuda Terbang" Paint at PT. Duwi Pesona Solida Abadi. STIE Eka Prasetya Medan, Management Study Program, Advisor I: Mrs. Ihdina Gustina, S.E., M.M., Advisor II: Mr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.*

The purpose of this study is to determine the effect of Personal Selling and Price on Sales Volume at PT. Duwi Pesona Solida Abadi. The research methodology used is quantitative descriptive method, the unit of analysis in this study is PT. Duwi Pesona Solida Abadi and its observation unit are customers of PT. Duwi Pesona Solida Abadi. The population in this study are customers of PT. Duwi Pesona Solida Abadi totaling 110 respondents. The technique of determining the number of samples used in this study is Slovin formula and totaling 86 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research conducted systematically based on research objectives. The analytical method used to solve problems and prove hypotheses with descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F test, and test the coefficient of determination (R^2). From the analysis obtained a regression analysis of **Sales Volume = 3,932 + 0,336 Personal Selling + 0,415 Price + e**. The t test results show Personal Selling variable had a positive and significant on Sales Volume at PT. Duwi Pesona Solida Abadi where $t_{count} 4,174 > t_{table} 1,988$ and Price variable variable had a positive and significant on Sales Volume at PT. Duwi Pesona Solida Abadi where t_{count} is 4,614 $> t_{table} 1,988$. The F test results that show $F_{count} 45,395 > F_{table} 3,11$ that means the independent variables Personal Selling and Price adjusted for the variable Sales Volume. Test results of the coefficient of determination (R^2) indicate that 52,20% of Sales Volume variable are supported by Personal Selling and Price variables, while 47,80% are discussed by other factors or variables outside the model such as Distribution Direct Marketing, and Service Quality that not discussed in in this research.

Keywords: Personal Selling, Price, Sales Volume

MOTTO

“ Cara melepaskan yang baik adalah:

- Melepas kekhawatiran mengenai masa lalu dan masa depan.**
- Melepas pikiran yang suka mencari kesalahan dan mengeluh.**
- Tidak banyak menyimpan pikiran, baik yang negatif, yang positif maupun yang bodoh; hanya menaruh pada satu waktu”**

(Ven Alahn Brahm)

☺ PERSEMBAHAN ☺

Skripsi ini saya persembahkan untuk semua orang yang saya sayangi. Ayah, Ibu, Saudara-i, temen-temen seperjuangan. Terimakasih untuk semangat dan dukungannya.

Terkadang, ketika saya kehilangan kepercayaan pada diri saya sendiri, kalian di sini untuk percaya pada saya. Terkadang, ketika semuanya salah, kalian tampak dekat dan memperbaiki semuanya.

Skripsi ini juga saya dedikasikan untuk dosen pembimbing. Merampungkan skripsi jelas bukanlah momen mudah yang harus kujalani sebagai mahasiswa. Terima kasih saya ucapkan kepada Ibu Ihdina selaku dosen pembimbing I dan Bapak Bambang selaku dosen pembimbing II, karena telah rela meluangkan waktu untuk membimbing saya mewujudkan semuanya.

Jika aku ditanya apa momen tersulit sebagai mahasiswa, mungkin masa skripsi adalah jawabannya. Sebagai mahasiswa jelas saya jauh dari kata unggul dan pintar. Saya harus berjuang sekuat tenaga menyelesaikan segalanya. Namun satu yang saya syukuri, bahwa di antara perjuangan berat, tetap ada Bapak/Ibu Dosen di sana untuk memberi semangat.

Terimakasih atas bantuan, doa dan motivasi yang telah diberikan ♥

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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	7
1.6 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Teori Tentang Volume Penjualan.....	8
2.1.1.1 Pengertian Volume Penjualan.....	8

2.1.1.2 Manfaat Penjualan	9
2.1.1.3 Indikator Volume Penjualan	9
2.1.2 Teori Tentang <i>Personal Selling</i>	9
2.1.2.1 Pengertian <i>Personal Selling</i>	9
2.1.2.2 Manfaat <i>Personal Selling</i>	10
2.1.2.3 Kriteria Tenaga Penjual Personal	11
2.1.2.4 Indikator <i>Personal Selling</i>	11
2.1.3 Teori Tentang Harga	13
2.1.3.1 Pengertian Harga	13
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga	13
2.1.3.3 Langkah-Langkah Menetapkan Harga ...	14
2.1.3.4 Indikator Harga	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	18
2.4 Hipotesis	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.1.1 Lokasi Penelitian	19
3.1.2 Waktu Penelitian	19
3.2 Jenis dan Sumber Data	19
3.2.1 Jenis Data	19
3.2.2 Sumber Data	19
3.3 Populasi dan Sampel	20
3.3.1 Populasi	20
3.3.2 Sampel	20
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	22
3.6 Teknik Analisa Data	24
3.6.1 Uji Validitas	24
3.6.2 Uji Reliabilitas	24
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	25

3.6.3.1 Uji Normalitas	25
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	26
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	26
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	28
3.6.6 Pengujian Hipotesis	28
3.6.6.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	28
3.6.6.2 Uji F (Uji Secara Simultan).....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Duwi Pesona Solida Abadi ...	30
4.1.2. Visi, Misi dan Struktur Organisasi PT. Duwi Pesona Solida Abadi.....	31
4.1.3. Karakteristik Responden.....	43
4.1.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	43
4.1.4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	44
4.1.4.1. Uji Validitas	44
4.1.4.2. Uji Reliabilitas	47
4.1.5. Uji Asumsi Klasik	49
4.1.5.1. Uji Normalitas.....	49
4.1.5.2. Uji Multikolinearitas	52
4.1.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.1.6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.1.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.1.8. Pengujian Hipotesis	57
4.1.8.1. Uji t (Uji Secara Parsial)	57
4.1.8.2. Uji F (Uji Secara Simultan)	59
4.2 Pembahasan.....	60

4.2.1. Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Volume Penjualan.....	60
4.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan.....	61
4.2.3. Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan Harga Terhadap Volume Penjualan.....	62
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Implikasi Manajerial	64
5.3 Saran Akademis	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Cat Kuda Terbang PT. Duwi Pesona Solida Abadi	2
Tabel 1.2	Target dan Realisasi Penjualan Cat Kuda Terbang PT. Duwi Pesona Solida Abadi.....	2
Tabel 1.3	Harga Cat Kuda Terbang PT. Duwi Pesona Solida Abadi	4
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	22
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	43
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel <i>Personal Selling</i> (X₁)	44
Tabel 4.4	Uji Validitas Variabel Harga (X₂)	45
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (Y)	46
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Variabel <i>Personal Selling</i> (X₁)	48
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₂)	48
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan (Y)	48
Tabel 4.9	Uji <i>One Kolmogrov-Smirnov</i>.....	52
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.11	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.12	Uji Koefisien Determinasi (R²).....	56
Tabel 4.13	Uji t (Uji Secara Parsial)	58
Tabel 4.14	Uji F (Uji Secara Simultan)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Duwi Pesona Solida Abadi	32
Gambar 4.2	Grafik Histogram	50
Gambar 4.3	Grafik <i>Normal P-Plot</i>.....	51
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplot</i>.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 Distribusi Responden Mengenai Jenis Kelamin dan Frekuensi Pembelian**
- Lampiran 3 Jawaban Responden Atas Variabel *Personal Selling* (X_1)**
- Lampiran 4 Jawaban Responden Atas Variabel Harga (X_2)**
- Lampiran 5 Jawaban Responden Atas Variabel Volume Penjualan (Y)**
- Lampiran 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Personal Selling* (X_1)**
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2)**
- Lampiran 8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan (Y)**
- Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)**
- Lampiran 11 Tabel r**
- Lampiran 12 Tabel t**
- Lampiran 13 Tabel F**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam keadaan pasar yang bersaing saat ini aktivitas pemasaran perusahaan dihadapkan pada banyak hal yang bersifat tidak pasti dan sulit untuk dikontrol seperti persaingan, situasi ekonomi, selera masyarakat dan lain sebagainya yang semuanya akan ikut mempengaruhi perusahaan yang bersangkutan dalam memasarkan produknya. Pada umumnya setiap perusahaan akan selalu mempunyai keinginan agar tujuan perusahaannya tercapai, demikian halnya dengan beberapa toko di Kota Medan yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran, yaitu distributor cat. Perusahaan distribusi cat adalah perusahaan yang bergerak dalam meneliti, mengembangkan, dan memproduksi berbagai cat kemudian mendistribusikannya ke masyarakat dan konsumen. Adapun jenis-jenis cat yang dipasarkan antara lain, cat tembok, cat genteng, cat kayu, cat gipsum, cat besi, dempul, tiner dan lain sebagainya. Jadi untuk menghindari merosotnya pasar penjualan cat, maka perusahaan dituntut selalu aktif dan secara terus menerus mengikuti perkembangan pasar.

PT. Duwi Pesona Solida Abadi adalah salah satu perusahaan cat yang telah maju di kota Medan. PT. Duwi Pesona Solida Abadi beralamat di jalan Jl. Kolonel Yos Sudarso No. 335/119, Kota Medan, Sumatera Utara. Pada penelitian ini, penulis hanya akan membahas merek cat Kuda Terbang yang didistribusikan oleh PT. Duwi Pesona Solida Abadi. Seperti diketahui bahwa suatu bisnis tidak akan menghasilkan apa-apa tanpa aktivitas pemasaran yang baik. Untuk menguasai

pangsa pasar, perusahaan perlu menentukan strategi, seperti menciptakan promosi dan juga harga yang bersaing guna untuk memahami apa yang diinginkan konsumen sehingga akan tercipta penjualan. Berikut ini data penjualan perusahaan seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Penjualan Cat Kuda Terbang
PT. Duwi Pesona Solida Abadi

Tahun	Jumlah Penjualan
2016	Rp. 1.343.700.600,-
2017	Rp. 1.285.890.500,-
2018	Rp. 1.283.703.884,-
2019	Rp. 1.083.739.384,-
2020	Rp. 986.613.588,-

Sumber : PT. Duwi Pesona Solida Abadi (2020)

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui terjadi penurunan penjualan pada merek Kuda Terbang pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, diketahui bahwa perusahaan mengalami kendala dan kesulitan dalam memasarkan produk cat tembok karena perusahaan belum mampu mencapai target penjualan yang diinginkan, ditambah lagi dengan pandemi Covid-19 yang membuat penjualan pada perusahaan semakin menurun. Daya beli dan daya jual tidak ada. Perusahaan sempat tutup satu hingga dua bulan karena masa transisi yang ditetapkan pemerintah kemarin. Inilah yang menyebabkan penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi menurun dengan drastis. Berikut ini adalah target dan realisasi yang dicapai perusahaan dalam lima tahun terakhir.

Tabel 1.2
Target dan Realisasi Penjualan Cat Kuda Terbang
PT. Duwi Pesona Solida Abadi

Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Presentase Penjualan
2016	17.000	14.579	85,76%
2017	18.000	16.232	90,18%
2018	20.000	19.362	96,81%
2019	21.000	20.158	95,99%

Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Presentase Penjualan
2020	19.000	17.015	89,55%

Sumber : PT. Duwi Pesona Solida Abadi (2020)

Dari tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa persentase penjualan produk cat Kuda Terbang belum berhasil mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk menganalisa dan mengkaji lebih dalam masalah penurunan Volume Penjualan yang disinyalir disebabkan oleh faktor *Personal Selling* dan Harga.

Faktor pertama yang akan dibahas adalah *Personal Selling*. Sangat penting bagi perusahaan untuk memiliki strategi komunikasi pemasaran yang tepat dalam rangka meningkatkan penjualan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Aktivitas dari komunikasi pemasaran juga bertujuan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi merek, sebagai sarana rasional dalam memperkenalkan sebuah merek, membantu ikatan emosional yang kuat antara konsumen dengan merek, dan membantu mempengaruhi keputusan pembelian. Karyawan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi seharusnya menunjukkan kemampuan *Personal Selling* untuk menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, memiliki sikap yang sopan, mampu mengendalikan emosi, tetapi yang didapatkan tidak seperti yang diharapkan oleh para konsumen. Karyawan tidak merujuk pada kemampuan *Personal Selling* dengan memberikan perhatian individual kepada konsumen, tidak mengutamakan kepentingan konsumen, sering bermain *handphone* pada saat menjelaskan produk kepada konsumen dan kemampuan *Personal Selling* dalam memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi konsumen tidak dapat diberikan dengan baik oleh karyawan tersebut.

Dengan adanya komunikasi yang baik diharapkan dapat memperoleh konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama, selain itu perusahaan juga harus dapat memberikan kepuasan, pelayanan yang memikat dan memahami kebutuhan konsumen. Faktor kedua yang akan dibahas adalah Harga. Berikut ini Harga penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi seperti pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Harga Cat Kuda Terbang
PT. Duwi Pesona Solida Abadi

No	Nama	Jenis	Ukuran	Harga
1	Cat Synthetic Kayu dan Besi Kuda Terbang	Autolac	100 cc	133.000 / Lsn
			1 kg	73.500 / Klg
		Bronze Emas KT	100 cc	220.000 / Lsn
			1 Kg	90.000 / Klg
		Aluminium KT	100 cc	142.500 / Lsn
			1 Kg	90.000 / Klg
2	Cat Dasar Kuda Terbang	Vernis KT	100 cc	129.000 / Lsn
			1 kg	72.000 / Klg
		Menie Besi	1 kg	48.500 / Klg
			5 kg	230.000 / Gln
		Zinc Chromate	1 kg	60.000 / Klg
			5 kg	286.500 / Gln
3	Politur Kuda Terbang	Clear	1 kg	79.500 / Klg
		Warna	1 kg	88.000 / Klg
4	Cat Anti Fouling Kuda Terbang		1 kg	99.000 / Klg
			5 kg	449.000 / Gln
5	Anti Rayap Kuda Terbang	Trico Treat	100 cc	430.000 / Lsn
			1 Ltr	269.000 / Klg
6	Cat Semprot Kuda Terbang	Standard	300 cc	25.500 / Klg
		Flourescent	300 cc	35.000 / Klg
7	Wall Sealer Kuda Terbang		5 kg	167.000 / Gln
			25 kg	800.000 / Pail
8	Wall Putty Kuda Terbang		1 kg	21.000 / Klg
			5 kg	68.000 / Gln
			25 kg	318.000 / Pail
9	Pelapis Anti Bocor Kuda Terbang	Trico Proof	1 kg	68.000 / Klg
			4 kg	263.000 / Gln
			20 kg	1.085.000 / Pail
10	Cat Genteng / Seng Kuda Terbang	Water Base	4 kg	233.500 / Gln

Sumber : PT. Duwi Pesona Solida Abadi (2020)

Pada Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa harga yang dijual oleh PT. Duwi Pesona Solida Abadi. Harga yang ditawarkan cenderung lebih tinggi. Perusahaan harus mampu menetapkan harga jual yang tidak terlalu tinggi agar konsumen tidak beralih ke produk perusahaan lain yang sejenis dengan harga yang lebih rendah. Kebijakan harga jual yang cukup tinggi pun mengakibatkan perusahaan akan mengalami kerugian yang besar. Penjualan tidak meningkat yang mengakibatkan perusahaan tidak memperoleh laba yang diharapkan dan keinginan perusahaan tidak tercapai. Dengan keadaan seperti ini, maka perusahaan tidak akan dapat merebut pangsa pasar.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISA *PERSONAL SELLING* DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN CAT KUDA TERBANG PADA PT. DUWI PESONA SOLIDA ABADI”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir Volume Penjualan mengalami penurunan disebabkan oleh:

1. Karyawan tidak merujuk pada kemampuan *Personal Selling* dengan memberikan perhatian individual kepada konsumen, tidak mengutamakan kepentingan konsumen, sering bermain *handphone* pada saat menjelaskan produk kepada konsumen dan kemampuan *Personal Selling* dalam memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi konsumen tidak dapat diberikan dengan baik oleh karyawan tersebut.

2. Harga yang ditawarkan cenderung lebih tinggi. Kebijakan harga jual yang cukup tinggi pun mengakibatkan perusahaan akan mengalami kerugian yang besar.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi *Personal Selling* (X_1) dan Harga (X_2), dan variabel terikatnya Volume Penjualan (Y). Penelitian ini akan dilakukan terhadap konsumen pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Personal Selling* terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi?
3. Bagaimana pengaruh *Personal Selling* dan Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh toko, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah *Personal Selling* berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
2. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
3. Untuk mengetahui apakah *Personal Selling* dan Harga berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

1.6 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut :

1. Bagi PT. Duwi Pesona Solida Abadi
Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi gerai dalam mengevaluasi *Personal Selling* dan Harga dalam menarik serta menciptakan Volume Penjualan.
2. Bagi Akademis
Diharapkan dapat menjadi bahan acuan penelitian yang akan dilakukan oleh mahasiswa, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih akurat. Selain itu diharapkan tulisan ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Tentang Volume Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Volume Penjualan

Peneliti menyimpulkan bahwa Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal. Pendapat tersebut sesuai dengan pendapat dari Ngilimun, dkk (2019:229) dimana, Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Menurut JUD (2016:96), Volume Penjualan adalah fungsi dari perusahaan yang bertujuan untuk menjual sebanyak-banyaknya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya, sedangkan Menurut Soemohadiwidjojo (2017:61), Volume Penjualan (*sales volume*) adalah jumlah produk yang terjual dalam jangka waktu satu tahun dimana satuan yang digunakan bergantung pada barang yang dijual.

Husna (2020:40) berpendapat bahwa Volume Penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Hal ini berbeda dengan pendapat dari Alvonco (2014:235) yang menyatakan bahwa, Volume Penjualan adalah salah satu fungsi pemasaran yang menentukan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan.

2.1.1.2 Manfaat Penjualan

Menurut JUD (2016:96), penjualan berfungsi untuk meyakinkan pembeli tentang manfaat dan kegunaan produk yang dijualnya. Penjual berusaha menarik perhatian pembeli (*attention*), minat (*interest*), keinginan (*desire*), dan tindakan (*action*) untuk membeli. Penjual berusaha untuk meyakinkan pembeli akan manfaat dan kegunaan produk yang dijual serta membantu memberikan solusi yang dihadapi pembeli dengan tujuan agar pembeli dapat merealisasi pembeliannya.

2.1.1.3 Indikator Volume Penjualan

Menurut Ngilimun, dkk (2019:229), terdapat beberapa indikator dari Volume Penjualan yaitu:

1. Mencapai Volume Penjualan
2. Mendapatkan laba
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

2.1.2 Teori Tentang *Personal Selling*

2.1.2.1 Pengertian *Personal Selling*

Menurut Sukmana dan Japariato (2017:1), *Personal Selling* merupakan bentuk komunikasi dua arah dimana *sales person* berperan untuk membantu dan/atau membujuk konsumen untuk membeli produk atau jasa perusahaan.

Menurut Wibowo dan Priansa (2017:173), *Personal Selling* merupakan suatu bentuk komunikasi langsung antara penjual dengan calon pembelinya (*person-to-person communication*).

Menurut Suwatno (2018:97), *Personal Selling* merupakan proses kontak langsung dengan konsumen maupun jaringan *reseller* atau *dealer*.

Menurut Hermawan (2012:105), *Personal Selling* adalah komunikasi langsung antara penjual dan pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada pelanggan sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

Menurut Firmansyah (2018:203), *Personal Selling* merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam strategi promosi perusahaan, dimana penjualan berhubungan langsung secara pribadi dengan calon pembeli.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa *Personal Selling* adalah alat bauran promosi antar pribadi dua arah antara wiraniaga dan pelanggan individual.

2.1.2.2 Manfaat *Personal Selling*

Menurut Priansa (2017:223), *Personal Selling* sangat penting saat diperlukan demonstrasi atau penjelasan yang mendalam tentang produk yang dijual. Beberapa manfaat penting dari *Personal Selling*, yaitu:

1. Secara khusus dapat diarahkan kepada calon konsumen tertentu
2. Lebih fleksibel karena jumlah angkatan penjualan dapat bebas ditentukan, mulai dari satu sampai ribuan.

3. Dipandang efektif dari iklan dan penciptaan penjualan juga realisasi penandatanganan formulir pesanan.

2.1.2.3 Kriteria Tenaga Penjualan Personal

Menurut Hermawan (2012:109), seorang tenaga penjualan atau wiraniaga harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. *Salesmanship*
Penjual memiliki pengetahuan tentang produk dan menguasai seni menjual.
2. Bernegosiasi
Penjual mempunyai kemampuan untuk bernegosiasi tentang syarat-syarat penjualan.
3. Pemasaran Hubungan (*Relationship Marketing*)
Penjual melakukan komunikasi hubungan antar manusia yang efektif dengan mengetahui sikap karakter individu yang ditemuinya.

2.1.2.4 Indikator *Personal Selling*

Menurut Sukmana dan Japariato (2017:2), ada 4 indikator untuk mengukur efektivitas *personal selling* dalam meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian, yaitu:

1. Kemampuan komunikasi (*communication ability*)
Kemampuan komunikasi menunjukkan kemampuan *sales personal* untuk menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, memiliki sikap yang sopan, mampu mengendalikan emosi.

2. Pengetahuan produk (*product knowledge*)

Pengetahuan produk menunjukkan kemampuan *sales person* dalam menjelaskan karakteristik produk, manfaat produk, serta mampu menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan oleh konsumen mengenai produk yang ditawarkan.

3. Kreativitas (*creativity*)

Kreativitas merujuk pada keterampilan *sales person* dalam memasarkan produk, menggunakan berbagai metode komunikasi dalam menarik perhatian konsumen, serta memiliki kesabaran ketika menawarkan produk kepada konsumen.

4. Presentasi dan demonstrasi (*Presentation and demonstration*)

Penjual personal menceritakan riwayat produk kepada konsumen, dengan menjelaskan *features, advantage, benefits*, dan *value*.

5. Mengatasi keberatan (*Overcoming Objection*)

Penjual personal menyelidiki, mengklarifikasi, dan mengatasi keberatan konsumen untuk membeli.

6. Menutup penjualan (*Closing*)

Penjual personal menanyakan apa yang akan dipesan oleh konsumen.

7. Tindak lanjut setelah penjualan dan perawatan (*Follow-up and maintenance*)

Follow-up dan *maintenance* diperlukan untuk memberikan kepuasan konsumen yang paripurna sehingga mampu menopang bisnis perusahaan berkelanjutan. .

2.1.3 Teori Tentang Harga

2.1.3.1 Pengertian Harga

Menurut Alma (2014:169), Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:181), Harga adalah unsur dari bauran pemasaran jasa yang dapat menghasilkan kekayaan dari hasil pertukaran barang maupun jasa.

Menurut Malau (2018:125), Harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain, itu merupakan produk yang dapat ditukar dipasar.

Menurut Gitosudarmo (2017:272), Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan barang berserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.

Menurut Firmansyah (2018:182), Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa.

2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Malau (2018:148-149), pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga yaitu:

1. Tujuan Berorientasi Pada Laba

Asumsi dari teori ini menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba.

2. Tujuan Berorientasi Pada Volume

Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.

3. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius.

4. Tujuan Stabilisasi Harga

Suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka.

2.1.3.3 Langkah-Langkah Menetapkan Harga

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:114-118), langkah-langkah menetapkan harga adalah sebagai berikut:

1. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Dalam penetapan harga ini perusahaan harus menetapkan tujuan, kalkulasi biaya, tingkat permintaan, harga pasar serta pencapaian-pencapaian lainnya.

2. Menentukan Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan seperti, selera, pendapatan konsumen, harga jasa pengganti/pelengkap, dan intensitas kebutuhan konsumen.

3. Memperkirakan Biaya

Kebijakan harga sangat berpengaruh dengan kondisi persaingan yang ada. Karena itu, manajemen ataupun penjual terlebih dahulu harus mengetahui keadaan persaingan tersebut dan sumber-sumber yang menyebabkannya.

4. Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing

Sasaran unggul dalam pangsa pasar sering digunakan perusahaan untuk jasa yang mencapai tahap dewasa dalam siklus hidup produk.

5. Memilih Metode Penetapan Harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi seperti, *Skimming Pricing*, *Penetration Pricing*, dan *Prestige Pricing*.

6. Memilih Harga Akhir

Memilih harga untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yaitu bertahan hidup dan memaksimalkan laba.

2.1.3.4 Indikator Harga

Menurut Alma (2014:169), indikator yang memenuhi kriteria dalam Harga adalah:

1. Dapat dihitung
 Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya.
2. Dapat diduga sebelumnya
 Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan.
3. *Inheren* (Melekat) pada produksi.
 Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka.
4. Tidak dapat dihindarkan
 Dalam pasar, perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

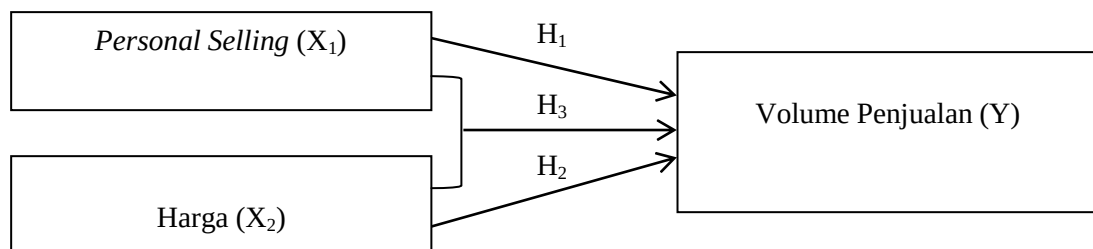
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Irina Yoshinta (2017) Jurnal SMART STMB MULTI SMART Vol. 1, No. 1: 20-26, 2017 ISSN: 2549-5836	Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan Harga Jual Terhadap Peningkatan Volume Penjualan PT. Solid Andalas Makmur Medan	Independen $X_1 = \text{Personal Selling}$ $X_2 = \text{Harga Jual}$ Dependen $Y = \text{Volume Penjualan}$	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan <i>Personal Selling</i> dan Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Medan			Penjualan.
2	Luthfina Ariyani, Rizki Amalia, Yurna Lisa (2017) Jurnal Teknologi Agro-Industri Politeknik Negeri Tanah Laut Vol. 4, No. 1, 2017. ISSN: 2407- 4624 Tanah Laut	Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Produk Bepang UD. Diah , Kecamatan Pelaihari	Independen $X_1 = \text{Personal Selling}$ $X_2 = \text{Periklanan}$ Dependen $Y = \text{Volume Penjualan}$	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan <i>Personal Selling</i> dan Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
3	Anggono Raras TS dan Kiki Sidik Permana (2017) Jurnal Indonesia Membangun STIE Indonesia Vol. 16, No. 1. Januari-April 2017 ISSN: 2579-8189 Bandung	Pengaruh <i>Advertising</i> dan <i>Personal Selling</i> Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kendaraan Motor Pada PT. Astra Motor Ciwastra	Independen $X_1 = \text{Advertising}$ $X_2 = \text{Personal Selling}$ Dependen $Y = \text{Volume Penjualan}$	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan <i>Advertising</i> dan <i>Personal Selling</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.
4	Amin Nurfuji Faozaan dan Bambang Bernanthos (2017) Jurnal Manajemen Universitas Borobudur Volume 5 No. 2 Tahun 2017 ISSN: 2338-6584 Jakarta	Pengaruh Harga Jual, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan PT. Sindokanoman Teknik Indonesia	Independen $X_1 = \text{Harga Jual}$ $X_2 = \text{Biaya Promosi}$ $X_3 = \text{Biaya Distribusi}$ Dependen $Y = \text{Volume Penjualan}$	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Harga Jual, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan
5	Opan Arifudin, Yayan, Sofyan, Rahman Tanjung, Udin Wahrudin (2020) Jurnal Ilmiah Manajemen STEI Al-Amar Subang	Pengaruh Penjualan Personal dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Dealer Kamera Digital Panasonic di Kota Bandung)	Independen $X_1 = \text{Penjualan Personal}$ $X_2 = \text{Lokasi}$ Dependen $Y = \text{Volume Penjualan}$	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Penjualan Personal dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Vol. 15 No. 2, Bulan Oktober 2020: 232-241 ISSN: 2685-6654 Subang			terhadap Volume Penjualan

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H₁: Terdapat pengaruh *Personal Selling* terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
- H₂: Terdapat pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
- H₃: Terdapat pengaruh *Personal Selling* dan Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi, Jl. Kolonel Yos Sudarso No. 335/119, Kota Medan, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilakukan dari bulan Februari sampai dengan Mei 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:8), "Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur (*measurable*) atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan."

3.2.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:137), "Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya". Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang

terstruktur dan materinya berhubungan dengan *Personal Selling* dan Harga terhadap Volume Penjualan dan pembagian kuesioner kepada responden PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:137), “Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau orang lain,” yaitu data tersebut diperoleh dan diolah dari sumber PT. Duwi Pesona Solida Abadi maupun dari internet, dan sebagainya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi selama tahun 2020 sebanyak 110 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi selama tahun 2020 sebanyak 110 orang.

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah konsumen pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sebanyak 110 orang, dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel
 N = Jumlah populasi
 e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 5%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{110}{1 + (110)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{110}{1.275}$$

$$n = 86,2$$

$$n = 86$$

Sampel pada penelitian ini adalah 86 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik penentuan sampel yang terdiri dari sejumlah elemen yang dipilih secara acak, dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Volume Penjualan (Y)	Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Sumber : Ngalimun, dkk (2019:229)	1. Mencapai Volume Penjualan 2. Mendapatkan Laba 3. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan Sumber : Ngalimun, dkk (2019:229)	Skala Likert
Personal Selling (X ₁)	<i>Personal Selling</i> adalah salah satu strategi dalam bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui komunikasi dua arah secara langsung. Sumber: Sukmana dan Japariato (2017:1	1. Kemampuan Komunikasi (<i>Communication Ability</i>) 2. Pengetahuan Produk (<i>Product Knowledge</i>) 3. Presentasi dan Demonstrasi (<i>Presentation and Demonstration</i>) 4. Menutup Penjualan Sumber: Sukmana dan Japariato (2017:2)	Skala Likert
Harga (X ₂)	Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sumber: Alma (2014:169)	1. Dapat dihitung 2. Dapat diduga sebelumnya 3. <i>Inheren</i> (melekat) pada produksi 4. Tidak dapat dihindarkan Sumber: Alma (2014:169)	Skala Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Angket (Kuesioner), yaitu pelanggan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi. Yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yaitu dengan cara penyebaran angket. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*). Menurut Sugiyono (2018:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh *Personal Selling* dan Harga digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:
 - 1) Skor 5 adalah jawaban Sangat Setuju (SS)
 - 2) Skor 4 adalah jawaban Setuju (S)
 - 3) Skor 3 adalah jawaban Ragu-Ragu (RR)
 - 4) Skor 2 adalah jawaban Tidak Setuju (TS)
 - 5) Skor 1 adalah jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Wawancara, yang dilakukan kepada karyawan PT. Duwi Pesona Solida Abadi pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang fenomena-fenomena yang terjadi di perusahaan.
3. Studi Dokumentasi, peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan, dan juga teori-teori yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

3.6 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner.” Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} = valid$
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = tidak valid$

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.

2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji 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

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada beberapa metode untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Menurut Ghozali (2018:163), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Grafik Histogram

Output ini menjelaskan 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.

2. Grafik *Normal Probability Plot*

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

Menurut Ghozali (2018:163), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) 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.

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.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), 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.

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.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2018:95), 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. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Volume Penjualan (*dependent variabel*)

X_1 = *Personal Selling* (*independent variabel*)

X_2 = Harga (*independent variabel*)

a = konstanta

b_1 = koefisien variabel *Personal Selling*

b_2 = koefisien variabel Harga

e = persentase kesalahan

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018:97) mengemukakan 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) 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.

3.6.6 Pengujian Hipotesis

3.6.6.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), “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 5% dan uji 2 sisi”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya *Personal Selling*; Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya *Personal Selling*; Harga secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

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.

3.6.6.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya *Personal Selling* dan Harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya *Personal Selling* dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 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.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Duwi Pesona Solida Abadi

PT. Duwi Pesona Solida Abadi adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri dan aplikasi cat. PT. Duwi Pesona Solida Abadi beralamat di jalan Jl. Kolonel Yos Sudarso No. 335/119, Kota Medan, Sumatera Utara. Salah satu *brand* produk yang diberikan adalah “Kuda Terbang”. Sampai saat ini perusahaan telah memproduksi cat berkualitas tinggi yang sangat bisa bersaing di pasaran. Perusahaan juga telah melakukan berbagai proyek pengecatan dengan hasil yang sangat memuaskan, baik pengecatan tembok (*wall painting*), kayu dan besi, maupun aplikasi *epoxy* di gudang, pabrik, dan berbagai tempat lainnya.

Seiring dengan munculnya berbagai teknologi baru, PT. Duwi Pesona Solida Abadi berusaha untuk menciptakan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman. Keinginan kuat untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan memacu perusahaan untuk terus mengembangkan produk. Ketersediaan laboratorium yang lengkap dan pekerja yang sangat kompeten di bidangnya membuat kami yakin bahwa PT. Duwi Pesona Solida Abadi akan menciptakan terobosan baru dalam industri cat.

Di PT. Duwi Pesona Solida Abadi, teknologi dan inovasi adalah hal penting dan faktor utama dalam pembuatan semua produk perusahaan. PT. Duwi Pesona Solida Abadi telah mengadakan penelitian konsumen/pemasaran mengenai penggunaan dan metode penerapan cat di Indonesia, disatukan dengan pengetahuan

teknikal yang mendunia, PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki produk kualitas dunia dan cocok untuk kebutuhan penerapan cat lokal.

PT. Duwi Pesona Solida Abadi percaya bahwa manusia merupakan aset terbesar bagi perusahaan untuk dapat berkembang selama ada tujuan yang tinggi. Manusia yang berinovasi, menemukan, dan menciptakan efisiensi yang dapat membuat bisnis menjadi sukses. Mereka yang mendorong pertumbuhan yang lebih tinggi. PT. Duwi Pesona Solida Abadi, sumber daya manusia dirancang untuk menciptakan perusahaan yang lebih fokus, orientasi performa, dan tangkas.

4.1.2 Visi, Misi dan Struktur Organisasi PT. Duwi Pesona Solida Abadi

Visi PT. Duwi Pesona Solida Abadi

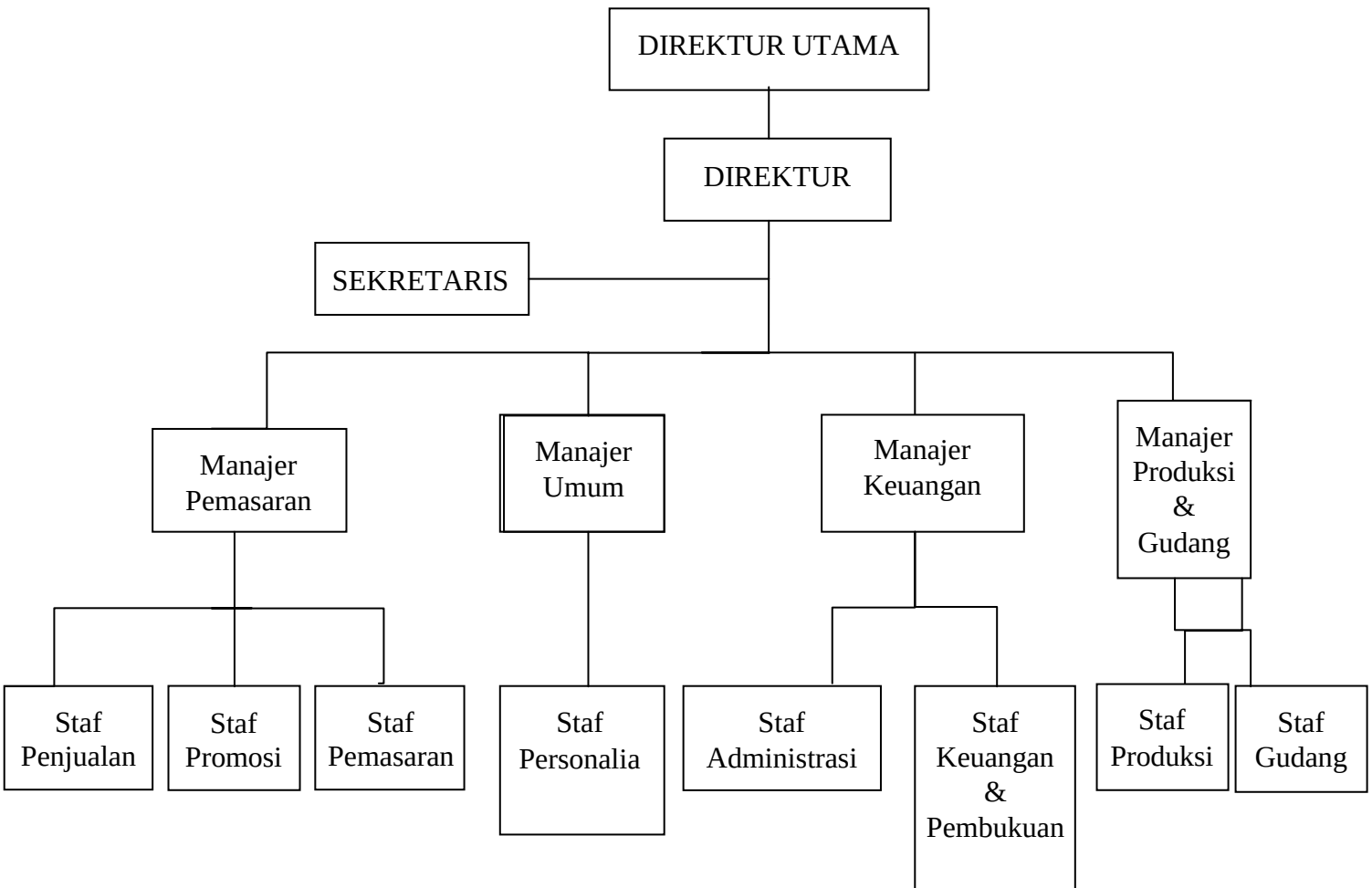
Menjadi perusahaan cat berkualitas tinggi yang berbasiskan teknologi, inovasi dan kreativitas.

Misi PT. Duwi Pesona Solida Abadi

1. Menyediakan produk cat dengan kualitas produk dan pelayanan yang prima untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Pengembangan sumber daya manusia yang mampu bekerja keras, cerdas, dan ikhlas.

Struktur Organisasi PT. Duwi Pesona Solida Abadi

Struktur organisasi PT. Duwi Pesona Solida Abadi merujuk kepada struktur sebagai perangkat lunak yang memuat susunan, pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan antara bagian dalam suatu sistem kerja. Struktur organisasi PT. Duwi Pesona Solida Abadi seperti di bawah ini:



Sumber: PT. Duwi Pesona Solida Abadi, 2022

Gambar 1.1
Struktur Organisasi PT. Duwi Pesona Solida Abadi

Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

Berdasarkan struktur organisasi pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi, maka untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya masing-masing komponen mempunyai tugas dan tanggung jawab.

1. Direktur Utama

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
- b. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
- c. Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.
- d. Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.

Tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab dalam memimpin dan membina perusahaan secara efektif dan efisien.
- b. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
- c. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
- d. Mengembangkan visi dan misi perusahaan.

2. Direktur

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan.

- b. Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.
- c. Menetapkan dan merumuskan strategi bisnis perusahaan.

Tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan.
- b. Direktur juga bertanggung jawab jika perusahaan mengalami kerugian yang disebabkan karena direktur tidak menjalankan kepengurusan perusahaan.

3. Sekretaris

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan kegiatan surat menyurat umum.
- b. Mengkoordinasi aktivitas manajemen dibawah instruksi langsung dari direktur.
- c. Mewakili direktur dalam situasi tertentu.

Tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Melakukan tugas administratif dan tugas pribadi pimpinan agar semua pengaturan jadwal dan segala urusan kantor selesai dengan baik.
- b. Menjaga rahasia perusahaan.
- c. Menjaga nama baik perusahaan baik secara lisan ataupun tertulis.
- d. Memberikan informasi dari pimpinan kepada karyawan yang berkepentingan.
- e. Menerima pendapat dan kritikan untuk melakukan pengembangan perusahaan dan memberikan informasi tersebut kepada pimpinan untuk

mendapatkan solusi yang terbaik.

- f. Mengatur jadwal rapat dan *meeting* untuk divisi internal maupun rapat antar *client*.

4. Manajer umum

Manajer umum mempunyai wewenang tertinggi perusahaan yang bertanggung jawab atas berlangsungnya segala kegiatan perusahaan meliputi memimpin mengatur, membimbing dan mengarahkan organisasi perusahaan, dimana kegiatan tersebut untuk mencapai prestasi yang tinggi dalam menghasilkan produk-produk berkualitas dengan jaminan system mutu yang selalu terjaga dan dilaksanakan konsisten.

Tanggung Jawab sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas seluruh manajemen divisi serta aktivitasnya.
- b. Mengawasi operasi perusahaan secara keseluruhan agar berjalan sesuai prosedur yang telah ditetapkan sesuai tujuan perusahaan.
- c. Menyiapkan laporan kinerja seluruh manajemen divisi kepada direktur.
- d. Memberikan rekomendasi kebijakan manajemen dengan pertimbangan divisi yang bersangkutan dan persetujuan direktur.
- e. Mengkomunikasikan kebijakan manajemen sesuai persetujuan direktur kepada masing-masing divisi.
- f. Menerima laporan kinerja periodik dari masing-masing divisi.

5. Staf Personalia

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi lowongan staf, merekrut, mewawancarai dan

memilih pelamar.

- b. Menjadi penghubung antara manajemen dan karyawan.
- c. Menyelidiki dan melaporkan jika terjadi kecelakaan pada salah satu karyawan dengan kepentingan asuransi.

Tanggung jawabnya sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia. Dalam hal ini termasuk perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan sumber daya manusia dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.
- b. Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan, mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi.
- c. Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- d. Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.
- e. Bertanggung jawab pada hal yang berhubungan dengan absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.

6. Manajer Pemasaran

Manajer pemasaran adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam penjualan produk, bertanggung jawab dalam promosi produk dan bertanggung jawab dalam pemasaran produk ke masyarakat.

Tanggung Jawabnya sebagai berikut:

- a. Manajer pemasaran bertanggung-jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan menggunakan dana promosi
- b. Manajer pemasaran sebagai koordinator manajer produk dan manajer penjualan.
- c. Manajer pemasaran membina bagian pemasaran dan membimbing seluruh karyawan dibagian pemasaran.
- d. Manajer pemasaran membuat laporan pemasaran kepada direksi.

7. Staf penjualan

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pencatatan dan pembukuan semua transaksi penjualan harian disertai bukti penjualan, bisa berupa nota penjualan.

Tanggung Jawabnya adalah sebagai berikut:

- a. Menjaga hubungan baik dengan pembeli dan memberikan laporan penjualan tepat pada waktunya.
- b. Mengkoordinir penjualan agar memenuhi target.
- c. Menyusun rencana penjualan.
- d. Mengikuti dan menganalisa perkembangan pasar.
- e. Menganalisa laporan penjualan dan mengadakan evaluasi dan memberikan saran dalam rangka peningkatan penjualan.

8. Staf Promosi

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan semua proses penjualan dengan mempromosikan barang ke

berbagai masyarakat untuk lebih mengenali produk yang di buat oleh perusahaan.

Tanggung jawabnya sebagai berikut:

- a. Menjamin kelangsungan berjalannya promosi barang.
- b. Menentukan target pasar yang akan dikunjungi.

9. Staf Pemasaran

Tugas dari Staf pemasaran adalah:

- a. Merencanakan dan merumuskan kebijakan strategis yang menyangkut pemasaran.
- b. Memonitoring dan mengarahkan proses-proses diseluruh divisi direktorat pemasaran.
- c. Melakukan koordinasi strategis antar direktorat
- d. Memberikan masukan pada direktur utama dalam memutuskan hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran.

Tanggung jawabnya sebagai berikut:

1. Menetapkan pedoman harga barang dan jasa
2. Menetapkan dan mengevaluasi upaya strategis dan kebijakan pemasaran serta pengadaan barang dan jasa
3. Menetapkan sistem pengendalian hasil produksi serta bahan baku dan pelengkap.

10. Manajer Keuangan

Tugas dan Tanggung Jawabnya sebagai berikut:

Manajer keuangan bertugas dan bertanggung jawab merencanakan,

menyiapkan *budget* dan *planning* (AOP) untuk menentukan tujuan yang harus dicapai.

- a. Memonitor kegiatan operasional dalam hal aspek *financial* supaya sejalan dengan AOP.
- b. Menandatangani *bank instrument* (Cek, transfer bank) sesuai dengan batasan yang ditetapkan perusahaan.
- c. Verifikasi setiap pengeluaran biaya ataupun pembelian aset dan penggunaan dana lainnya sesuai dengan batasan yang ditetapkan oleh perusahaan.
- d. Menetapkan pelaksanaan sistem dan prosedur yang berkaitan dengan keuangan
- e. Mengawasi pelaksanaan kegiatan pembukuan perusahaan.
- f. Mengawasi pelaksanaan pemakaian asset perusahaan.
- g. Mengatur keuangan baik masuk dan keluar sesuai dengan penjualan.
- h. Mencatat segala transaksi dan membuat laporan keuangan.
- i. Perencanaan Keuangan, membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu. mencari dan mengeksplorasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan. mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dan mengamankan dana tersebut.

11. Staf Administrasi

Staf administrasi adalah melaksanakan kegiatan pelayanan kantor, penyediaan fasilitas dan layanan administrasi perkantoran, sesuai

ketentuan yang berlaku untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan.

Tanggung Jawab sebagai berikut:

- a. Melaksanakan aktifitas penyiapan ruangan kerja dan peralatan kantor untuk seluruh pegawai, untuk memastikan ketersediaan ruangan kerja dan peralatan kantor sebagai setiap pekerja sesuai dengan jenis pekerjaan dan jabatan.
- b. Melaksanakan akan adanya kebutuhan dan pengadaan alat tulis kantor, peralatan kantor, peralatan kebersihan dan keamanan kantor serta layanan photocopy dan penjilidan.
- c. Membuat rencana dan mengevaluasi kerja harian dan bulanan untuk memastikan tercapainya kualitas target kerja yang dipersyaratkan dan sebagai bahan informasi kepada atasan.

12. Staf Keuangan & Pembukuan

Tugas dan tanggung jawab dari Staf Keuangan dan pembukuan adalah bertanggung jawab atas segala aktivitas keuangan, tugas utama dari jabatan ini yaitu melakukan pengaturan, transaksi, membuat laopran keuangan perusahaan. Staf Keuangan harus melapor pada jabatan Manager Keuangan. Pada jabatan ini sangat dibutuhkan kedislipinan, kejujuran, ketelitian serta tanggung jawab yang tinggi karena jika terjadi kesalahan akan sangat fatal pada perusahaan karena menyangkut keuangan perusahaan.

13. Manajer Produksi dan Gudang

Manajer Produksi

Manajer Produksi adalah upaya atau kegiatan Manajer produksi untuk menambah nilai pada suatu barang. Arah kegiatan ditujukan kepada upaya-upaya pengaturan yang sifatnya dapat menambah atau menciptakan kegunaan (*utility*) dari suatu barang atau mungkin jasa.

Manajer Produksi memiliki tugas sebagai berikut:

- a. Menjamin tercapainya hasil produksi dalam hasil jumlah, kualitas dan waktu yang sesuai dengan rencana perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya secara optimal memiliki tugas

Tanggung Jawab sebagai berikut:

- a. Segala mekanisme manajemen produksi secara teknis yang meliputi pengawasan dan pengendalian proses produksi.
- b. Melakukan perencanaan dan pengorganisasian jadwal produksi.
- c. Menentukan standar control kualitas produksi.
- d. Mengawasi serta mengawahkan jalannya proses produksi.
- e. Menilai kelayakan proyek.
- f. Mengelola pemesanan dan pembelian bahan baku produksi

Manajer Gudang

Tanggung Jawab sebagai berikut:

- a. Membuat surat jalan/ surat lai lainnya yang diperlukan untuk proses pengeluaran barang atau transformator dari pabrik.
- b. Melakukan kontrol atas bahan/komponen yang dipakai bagian

produksi.

- c. Memberikan informasi mengenai persediaan bahan baku/material yang dibutuhkan.

14. Staf produksi

Staf Produksi adalah bagian yang menjalankan semua produksi barang yang akan di buat sesuai dengan yang sudah di rencanakan.

Tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Memastikan bahwa proses produksi sebuah produk pada sebuah perusahaan sesuai dengan rencana perusahaan
- b. Melaksanakan pengecekan pada produk yang diproduksi
- c. Mempunyai tanggung jawab terhadap proses produksi dan mengendalikan kualitas dari produk yang diproduksi.

15. Staf gudang

Staf gudang adalah bagian pekerja yang melihat stock pembuatan produksi barang yang di sediakan di gudang, mengontrol keluar masuknya persediaan barang yang ada di gudang dengan melihat kapasitas muatnya suatu barang.

Tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Menyerahkan surat order penjualan dan barangnya ke bagian pengiriman
- b. Mengajukan permintaan pembelian sesuai dengan posisi persediaan yang ada digudang.

- c. Memeriksa penjualan yang dibawa pelanggan saat ingin melakukan retur penjualan serta mengontrol retur penjualan dan retur pembelian.

4.1.3 Karakteristik Responden

4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - Laki	45 orang	52,30%
2	Perempuan	41 orang	47,70%
Jumlah		86 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang (52,30%) sedangkan yang paling kecil yaitu berjenis kelamin perempuan sebanyak 41 orang (47,70%).

4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Deskripsi responden berdasarkan frekuensi pembelian seperti pada Tabel

4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

No	Frekuensi Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 2 Kali	11 orang	12,80%
2	2 - 4 Kali	21 orang	24,40%
3	4 - 6 Kali	38 orang	44,20%
4	> 6 Kali	16 orang	18,60%
Jumlah		86 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki frekuensi pembelian 4 - 6 kali yaitu 38 orang (44,20%) dan yang paling kecil memiliki frekuensi pembelian kurang dari 2 kali yaitu sebanyak 11 orang (12,80%).

4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel. Jadi (df) yang digunakan adalah $30-2 = 28$ dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel *Personal Selling* (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel *Personal Selling* (X_1)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan yang selalu mencari calon	0,782	0,361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
pembeli baru setiap hari			
Karyawan PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan yang selalu meyakinkan calon pembeli	0,792	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan dengan integritas yang sangat baik bagi pelanggannya	0,487	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan yang selalu menciptakan pelayanan yang sangat baik agar pelanggan selalu nyaman dan beradaptasi	0,839	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan yang memberikan respon dan tanggapan yang sangat baik terhadap setiap keluhan pelanggan	0,696	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi menyediakan kesempatan dan akses yang sangat mudah bagi pelanggan dalam memberikan kritik dan saran	0,662	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memberikan pelayanan yang sangat prima kepada seluruh pelanggan	0,800	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memberikan pelayanan yang sangat baik guna memuaskan setiap pelanggan	0,724	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel *Personal Selling* menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner *Personal Selling* dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Harga (X₂) dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Harga (X₂)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida	0,868	0,361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Abadi sangat terjangkau			
Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi bervariasi sangat sesuai dengan ukuran produk	0,760	0,361	Valid
Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sangat sesuai dengan kualitas produk	0,363	0,361	Valid
Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sangat sesuai dengan hasil yang diinginkan	0,666	0,361	Valid
Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dapat bersaing dengan produk lain	0,750	0,361	Valid
Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sangat ekonomis dibandingkan dengan produk cat lain	0,907	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Harga menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Harga dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Volume Penjualan dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (Y)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
PT. Duwi Pesona Solida Abadi selalu mencapai volume penjualan sesuai dengan target	0,606	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki tipe produk dengan mengikuti target pasar	0,805	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki Volume penjualan yang dapat meningkatkan laba	0,830	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi mempunyai konsumen yang membeli produk dengan frekuensi pembelian yang	0,808	0,361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
tinggi			
PT. Duwi Pesona Solida Abadi selalu menunjang pertumbuhan dengan selalu menjual produk sesuai dengan kualitas	0,473	0,361	Valid
PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan dengan pelayanan yang sangat baik	0,815	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Volume Penjualan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Volume Penjualan dinyatakan telah valid.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh, yaitu:

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel *Personal Selling* dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas Variabel *Personal Selling* (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.856	8

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.6 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel *Personal Selling* (X_1) tersebut tersebut berada diatas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Harga dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.803	6

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.7 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa keenam butir *item* untuk variabel Harga (X_2) tersebut berada diatas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Volume Penjualan dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	6

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.8 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Volume Penjualan (Y) tersebut berada diatas 0,8, sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

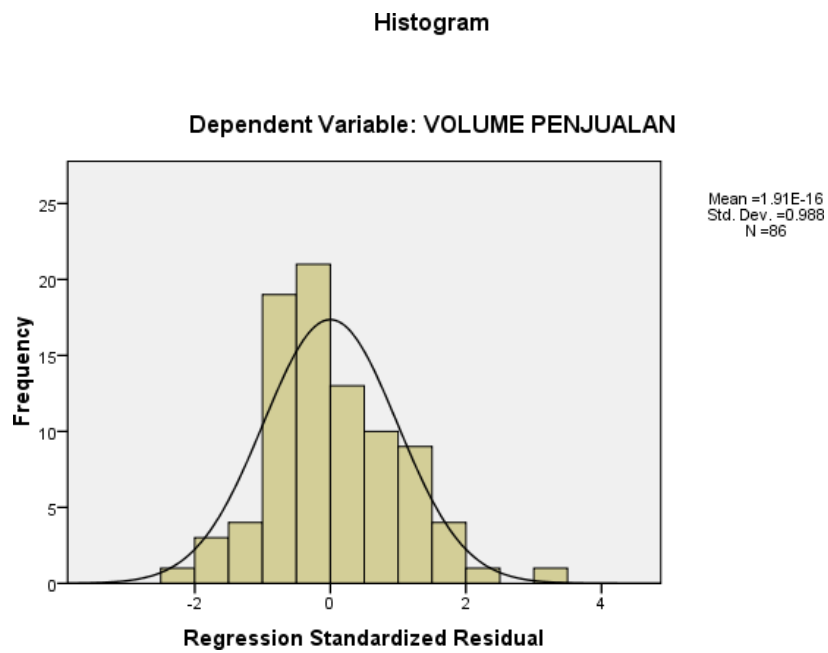
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan metode *One Kolmogrov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

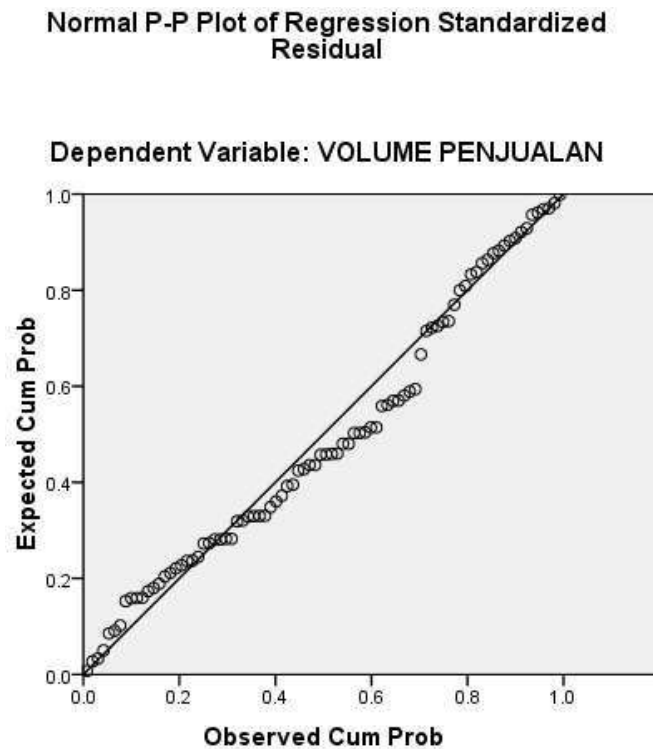
Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram dan grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2 dan 4.3.



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 ini dapat dilihat bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.3 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 telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Uji One Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.94107567
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.103
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.953
Asymp. Sig. (2-tailed)		.324

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,324 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
PERSONAL SELLING	.670	1.492
HARGA	.670	1.492

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

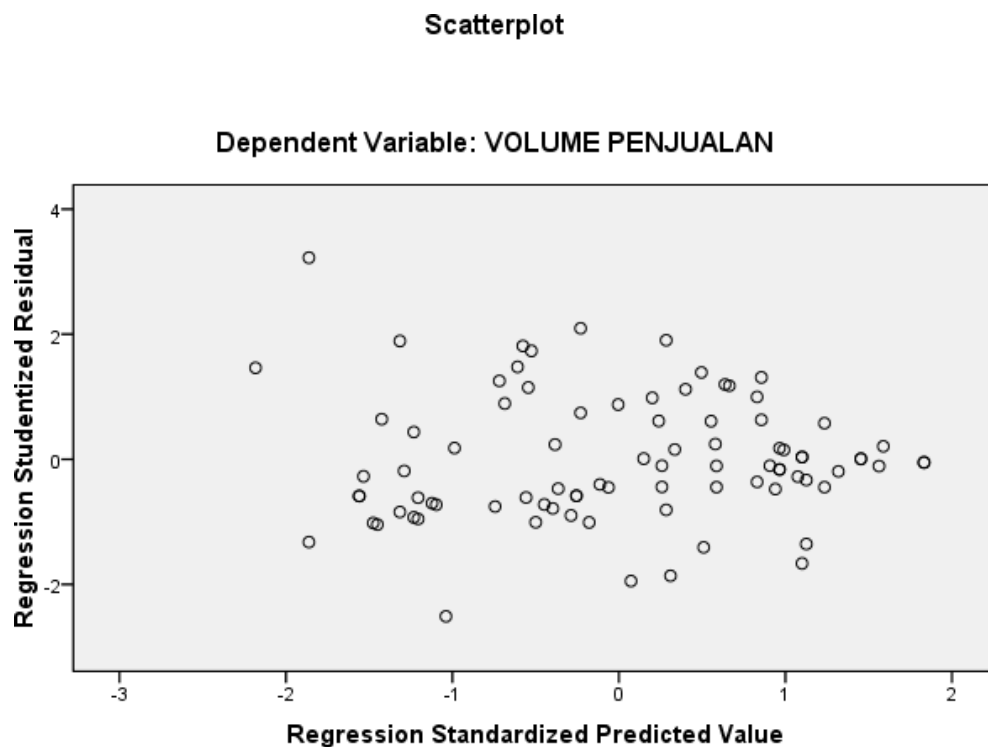
Dari Tabel 4.10 diketahui nilai *TOLERANCE* yang diperoleh adalah 0,670 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,492 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut

homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Volume Penjualan berdasarkan *Personal Selling* dan Harga.

4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Personal Selling* dan Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi, dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Volume Penjualan (*dependent variable*)

X₁ = *Personal Selling* (*independent variable*)

X₂ = Harga (*independent variable*)

a = konstanta

b₁ = koefisien untuk variabel *Personal Selling*

b₂ = koefisien untuk variabel Harga

e = persentase kesalahan

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.932	2.125		1.850	.068		
PERSONAL SELLING	.336	.081	.387	4.174	.000	.670	1.492
HARGA	.415	.090	.428	4.614	.000	.670	1.492

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Dari Tabel 4.11, diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah:

$$\text{Volume Penjualan} = 3,932 + 0,336 \text{ Personal Selling} + 0,415 \text{ Harga} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 3,932 artinya: jika Volume Penjualan yang diteliti konstan, maka Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi adalah sebesar 3,932.
2. 0,336 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel *Personal Selling* (X_1) akan menyebabkan Volume Penjualan bertambah sebesar 0,336 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Harga (X_2) dianggap konstan.
3. 0,415 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Harga (X_2) akan menyebabkan Volume Penjualan bertambah sebesar 0,415 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel *Personal Selling* (X_1) dianggap konstan.

4.1.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.522	.511	2.976

a. Predictors: (Constant), HARGA, *PERSONAL SELLING*

b. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.14 diketahui nilai hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,522. Hal ini menunjukkan bahwa 52,20% Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dipengaruhi oleh variabel *Personal Selling* dan Harga, sedangkan sisanya yaitu 47,80% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan.

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya *Personal Selling*; Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya *Personal Selling*; Harga secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

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 4.12
Uji t (Uji Secara Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.932	2.125		1.850	.068
PERSONAL SELLING	.336	.081	.387	4.174	.000
HARGA	.415	.090	.428	4.614	.000

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.12 diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel *Personal Selling* adalah 4,174 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 83 ($n-k = 86$ orang responden - 3 variabel) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,988. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga *Personal Selling* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga adalah 4,614 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 83 ($n-k = 86$ orang responden - 3

variabel) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,988. Oleh karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

4.1.8.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya *Personal Selling* dan Harga secara serempak tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya *Personal Selling* dan Harga secara serempak berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

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

Tabel 4.13
Uji F (Uji Secara Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	804.245	2	402.122	45.395	.000 ^a
	Residual	735.244	83	8.858		
	Total	1539.488	85			

a. Predictors: (Constant), HARGA, *PERSONAL SELLING*

b. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.13 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 45,395 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 83$ maka nilai F_{tabel} adalah 3,11. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa *Personal Selling* dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Volume Penjualan

Personal Selling (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi karena nilai t_{hitung} sebesar 4,174 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,988. Hasil penelitian ini sejalan dengan Luthfina Ariyani, Rizki Amalia, Yurna Lisa (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh *Personal Selling* dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Produk Bepang UD. Diah Kecamatan Pelaihari”

yang membuktikan bahwa *Personal Selling* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

Perusahaan hendaknya merekrut tenaga-tenaga muda yang berpotensi yang dapat menarik perhatian dan meyakinkan para calon pelanggan, agar peningkatan penjualan dapat lebih cepat sesuai dengan tujuan perusahaan maka hendaknya perusahaan juga memperhatikan kebutuhan serta kesejahteraan para *salesman* agar mereka dapat lebih baik lagi dalam meningkatkan prestasi kerja mereka dan mampu meningkatkan omset penjualan.

4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan

Harga (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi karena nilai t_{hitung} sebesar 4,614 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,988. Hasil penelitian ini sejalan dengan Amin Nurfuji Faozaan dan Bambang Bernanthos (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Harga Jual, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan PT. Sindokanoman Teknik Indonesia” yang membuktikan bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

Suatu produk dengan harga yang kompetitif dan terjangkau oleh konsumen akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli, namun ketika harga tidak dapat terjangkau, maka konsumen akan mencari produk lain sejenis untuk membeli. Hubungan diatas menandakan bahwa harga juga mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan produk.

4.2.3 Pengaruh *Personal Selling* dan Harga Terhadap Volume Penjualan

Personal Selling (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi karena nilai F_{hitung} sebesar 45,395 lebih besar dari pada nilai F_{tabel} yang sebesar 3,11. Volume Penjualan pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dipengaruhi oleh variabel *Personal Selling* dan Harga sebesar 52,20%, sedangkan sisanya yaitu 47,80% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan Irina Yoshinta (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh *Personal Selling* dan Harga Jual Terhadap Peningkatan Volume Penjualan PT. Solid Andalas Makmur Medan” yang membuktikan bahwa *Personal Selling* dan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

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

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh variabel *Personal Selling* (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y) ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda **Volume Penjualan = 3,932 + 0,336 *Personal Selling* + 0,415 Harga + e** memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada *Personal Selling* (X_1) dan Harga (X_2) sebesar satu-satuan, maka Volume Penjualan (Y) akan meningkat.
2. *Personal Selling* (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dikarenakan nilai t_{hitung} 4,174 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,988.
3. Harga (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dikarenakan nilai t_{hitung} 4,614 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,988.
4. *Personal Selling* (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dikarenakan nilai F_{hitung} 45,395 lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,11.
5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel *Personal Selling* (X_1) dan Harga (X_2) keterkaitan terhadap Volume Penjualan (Y)

pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sebesar 52,20% sisanya sebesar 47,80% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa:

1. PT. Duwi Pesona Solida Abadi harus memperhatikan *Personal Selling* (X_1) dalam meningkatkan Volume Penjualan (Y), seperti:
 - a. PT. Duwi Pesona Solida Abadi harus menjunjung tinggi nilai integritas yang baik bagi pelanggannya, seperti kejujuran yang selalu merespon dengan baik terhadap pelanggan maupun calon pelanggan, melakukan pengecekan *double* agar tidak terjadi kesalahan.
 - b. PT. Duwi Pesona Solida Abadi harus menyediakan tempat untuk pelanggan berkeluh kesah sehingga kekurangan perusahaan dapat dijadikan acuan untuk menjadi lebih baik lagi, seperti kotak saran ataupun melalui *whatsapp*.
2. PT. Duwi Pesona Solida Abadi harus mempertahankan Harga (X_2) agar dapat meningkatkan Volume Penjualan (Y), seperti:
 - a. Perusahaan diharapkan selalu memberikan Harga terbaik yang sesuai dengan kualitas produk perusahaan, sehingga pelanggan tidak perlu membandingkan harga dan juga dapat menjadi salah satu alasan pelanggan memilih kembali PT. Duwi Pesona Solida Abadi.
 - b. Sebagai perusahaan besar, diharapkan agar perusahaan menyediakan Harga dengan hasil yang diinginkan oleh pelanggan, dengan demikian

loyalitas pelanggan akan menimbulkan Volume Penjualan yang melebihi target yang ingin dicapai.

5.3 Saran Akademis

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain adalah:

a. Menambah variabel penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Volume Penjualan selain *Personal Selling* dan Harga, misalnya variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan.

b. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja PT. Duwi Pesona Solida Abadi. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya. Contohnya penelitian di beberapa perusahaan yang bergerak dibidang cat di Kota Medan.

c. Menambah Jumlah Responden.

Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 86 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- 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.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah 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., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- 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., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- 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., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- 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.
- 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.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- 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., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- 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.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- 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., 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.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- 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., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- 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.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- 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.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- 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., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).

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.

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE Eka Prasetya yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan Skripsi dengan judul “**ANALISA *PERSONAL SELLING* DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN CAT KUDA TERBANG PADA PT. DUWI PESONA SOLIDA ABADI**”.

Sebagai salah satu persyaratan penyelesaian studi S1 Manajemen, maka penulis mengharapkan bantuan Bpk/Ibu/Saudara/I sebagai responden untuk memberi pilihan jawaban melalui daftar pernyataan dalam kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi Bpk/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

I. Identitas Responden

- | | | |
|------------------------|---|--|
| 1. Nama | : | |
| 2. Jenis Kelamin anda | : | Laki – laki |
| | | Perempuan |
| 3. Frekuensi Pembelian | : | < 2 Kali 2 - 4 Kali |
| | | 4 - 6 Kali > 6 Kali |

II. Petunjuk Pengisian

Dimohon dengan hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I memberikan tanggapan/jawaban terhadap pernyataan dibawah ini dengan *Check List* (✓) pada kolom yang tersedia.

Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut :

- | | |
|-------|-----------------------|
| - SS | = Sangat Setuju |
| - S | = Setuju |
| - RR | = Ragu-Ragu |
| - TS | = Tidak Setuju |
| - STS | = Sangat Tidak Setuju |

Daftar Pernyataan

Kuesioner Variabel *Personal Selling* (X_1)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Kemampuan Komunikasi (<i>Communication Ability</i>)						
1	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan yang selalu mencari calon pembeli baru setiap hari					
2	Karyawan PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan yang selalu meyakinkan calon pembeli					
Pengetahuan Produk (<i>Product Knowledge</i>)						
3	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan dengan integritas yang sangat baik bagi pelanggannya					
4	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan yang selalu menciptakan pelayanan yang sangat baik agar pelanggan selalu nyaman dan beradaptasi					
Presentasi dan Demonstrasi (<i>Presentation and Demonstration</i>)						
5	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan yang memberikan respon dan tanggapan yang sangat baik terhadap setiap keluhan pelanggan					
6	PT. Duwi Pesona Solida Abadi menyediakan kesempatan dan akses yang sangat mudah bagi pelanggan dalam memberikan kritik dan saran					
Menutup Penjualan (<i>Closing</i>)						
7	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memberikan pelayanan yang sangat prima kepada seluruh pelanggan					
8	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memberikan pelayanan yang sangat baik guna memuaskan setiap pelanggan					

Kuesioner Variabel Harga (X_2)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Dapat Dihitung						
1	Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sangat terjangkau					

2	Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi bervariasi sangat sesuai dengan ukuran produk					
Dapat Diduga Sebelumnya						
3	Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sangat sesuai dengan kualitas produk					
4	Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sangat sesuai dengan hasil yang diinginkan					
Inheren (Melekat) Pada Produksi						
5	Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi dapat bersaing dengan produk lain					
6	Harga cat pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi sangat ekonomis dibandingkan dengan produk cat lain					

Kuesioner Variabel Volume Penjualan (Y)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Mencapai Volume Penjualan						
1	PT. Duwi Pesona Solida Abadi selalu mencapai volume penjualan sesuai dengan target					
2	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki tipe produk dengan mengikuti target pasar					
Mendapatkan Laba						
3	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki Volume penjualan yang dapat meningkatkan laba					
4	PT. Duwi Pesona Solida Abadi mempunyai konsumen yang membeli produk dengan frekuensi pembelian yang tinggi					
Menunjang Pertumbuhan Perusahaan						
5	PT. Duwi Pesona Solida Abadi selalu menunjang pertumbuhan dengan selalu menjual produk sesuai dengan kualitas					
6	PT. Duwi Pesona Solida Abadi memiliki karyawan dengan pelayanan yang sangat baik					

Terima Kasih

LAMPIRAN 2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	45	52.3	52.3	52.3
	Perempuan	41	47.7	47.7	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

FREKUENSI PEMBELIAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 2 Kali	11	12.8	12.8	12.8
	2 - 4 Kali	21	24.4	24.4	37.2
	4 - 6 Kali	38	44.2	44.2	81.4
	> 6 Kali	16	18.6	18.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3

Jawaban Responden Atas Variabel *Personal Selling* (X₁)

RESPONDEN	<i>PERSONAL SELLING</i> (X ₁)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X ₁
1	3	2	3	5	5	2	3	2	25
2	5	4	5	4	4	4	5	4	35
3	3	2	3	5	4	2	3	2	24
4	3	3	3	5	3	3	3	3	26
5	3	3	3	4	3	3	3	3	25
6	2	3	2	4	4	3	2	3	23
7	3	4	3	4	5	4	3	4	30
8	3	3	3	1	4	3	3	3	23
9	3	4	3	4	3	4	3	4	28
10	5	5	5	4	4	5	5	5	38
11	3	1	3	3	4	1	3	1	19
12	2	4	2	3	5	4	2	4	26
13	5	4	5	4	3	4	5	4	34
14	4	5	4	5	4	5	4	5	36
15	5	4	5	4	4	4	5	4	35
16	5	5	5	3	4	5	5	5	37
17	4	5	4	3	5	5	4	5	35
18	5	5	5	4	3	5	5	5	37
19	4	5	4	5	4	5	4	5	36
20	5	4	5	5	3	4	5	4	35
21	4	4	4	2	5	4	4	4	31
22	3	4	3	5	4	4	3	4	30
23	3	2	3	4	4	2	3	2	23
24	3	3	3	5	4	3	3	3	27
25	4	4	4	5	5	4	4	4	34
26	3	4	3	4	4	4	3	4	29
27	2	4	2	1	3	4	2	4	22
28	2	4	3	2	4	4	3	2	24
29	4	5	5	4	5	5	5	4	37
30	2	4	3	3	4	4	3	2	25
31	3	4	3	4	3	3	3	3	26
32	3	4	3	4	3	3	4	3	27
33	3	5	4	5	3	4	4	3	31
34	4	5	4	5	4	4	2	4	32
35	3	4	2	4	3	2	4	3	25
36	4	5	4	5	4	4	5	4	35

RESPONDEN	PERSONAL SELLING (X1)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
37	5	4	5	4	5	5	4	5	37
38	4	5	4	5	4	4	5	4	35
39	4	4	5	4	4	5	4	4	34
40	4	5	4	5	4	4	4	4	34
41	5	4	4	4	5	4	4	5	35
42	4	5	5	5	4	5	2	4	34
43	5	5	5	5	5	5	3	5	38
44	5	4	4	4	5	4	3	5	34
45	5	5	5	5	5	5	3	5	38
46	5	4	4	4	5	4	4	5	35
47	4	5	5	5	4	5	3	4	35
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	3	3	3	4	3	5	4	29
50	2	3	3	3	2	3	1	2	19
51	2	3	2	3	2	2	4	3	21
52	4	5	5	5	4	5	4	4	36
53	2	3	5	3	2	5	5	4	29
54	3	3	4	3	3	4	4	4	28
55	3	3	3	3	3	3	5	4	27
56	3	2	3	2	3	3	5	2	23
57	4	3	5	3	4	5	5	4	33
58	3	3	5	3	3	5	5	2	29
59	4	3	4	3	4	4	4	3	29
60	5	5	4	5	5	4	4	3	35
61	4	3	3	3	4	3	4	3	27
62	4	2	3	2	4	3	2	4	24
63	4	5	4	5	4	4	3	3	32
64	5	4	5	4	5	5	4	4	36
65	4	5	5	5	4	5	4	5	37
66	5	5	2	5	5	2	4	2	30
67	5	4	5	4	5	5	2	4	34
68	5	5	5	5	5	5	4	2	36
69	5	4	4	4	5	4	2	3	31
70	4	5	3	5	4	3	3	3	30
71	4	4	3	4	4	3	3	3	28
72	4	3	5	3	4	5	3	4	31
73	2	3	5	3	2	5	4	3	27
74	4	3	4	3	4	4	4	4	30
75	4	4	2	4	4	2	4	5	29

RESPONDEN	<i>PERSONAL SELLING (X1)</i>								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
76	4	3	5	3	4	5	5	1	30
77	4	2	4	2	4	4	4	4	28
78	3	2	4	2	3	4	4	4	26
79	5	4	5	4	5	5	4	5	37
80	3	2	4	2	3	4	5	4	27
81	3	3	4	3	3	4	4	5	29
82	3	3	4	3	3	4	5	5	30
83	4	3	5	3	4	5	4	5	33
84	4	4	5	4	4	5	4	5	35
85	2	3	4	3	2	4	4	4	26
86	4	4	5	4	4	5	5	4	35

LAMPIRAN 4

Jawaban Responden Atas Variabel Harga (X₂)

RESPONDEN	HARGA (X ₂)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X ₂
1	3	2	3	3	2	3	16
2	5	4	3	5	4	5	26
3	3	3	3	3	2	3	17
4	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	3	3	3	18
6	2	3	5	2	3	2	17
7	3	4	4	3	4	3	21
8	3	3	4	3	3	3	19
9	3	4	2	3	4	3	19
10	5	5	3	5	5	5	28
11	3	4	4	3	1	3	18
12	2	4	3	2	4	2	17
13	5	4	4	5	4	5	27
14	4	5	4	4	5	4	26
15	5	4	4	5	4	5	27
16	5	5	4	5	5	5	29
17	4	5	3	4	5	4	25
18	5	5	3	5	5	5	28
19	4	5	3	4	5	4	25
20	5	4	4	5	4	5	27
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	4	4	3	4	3	21
23	3	2	4	3	2	3	17
24	5	4	4	3	3	3	22
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	4	4	3	4	3	21
27	2	4	4	2	4	2	18
28	2	4	3	2	4	3	18
29	4	5	4	4	5	5	27
30	2	4	3	2	4	3	18
31	3	4	4	3	4	4	22
32	3	4	5	3	4	5	24
33	3	5	4	3	5	4	24
34	4	5	5	4	5	5	28
35	3	4	5	3	4	5	24
36	4	5	5	4	5	5	28

RESPONDEN	HARGA (X2)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X2
37	5	4	5	5	4	5	28
38	4	5	4	4	5	4	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	5	4	5	5	28
41	5	4	4	5	4	4	26
42	4	5	4	4	5	4	26
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	4	4	5	4	4	26
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	4	4	4	4	4	25
47	5	4	5	4	5	5	28
48	5	4	4	4	5	4	26
49	4	4	3	4	4	3	22
50	4	2	3	2	4	3	18
51	1	3	3	3	1	3	14
52	1	4	4	4	1	4	18
53	4	4	3	4	4	3	22
54	4	4	2	4	4	2	20
55	3	4	3	4	3	3	20
56	3	3	3	3	3	3	18
57	4	3	3	3	4	3	20
58	3	2	3	2	3	3	16
59	5	4	5	4	3	5	26
60	3	2	3	2	3	3	16
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	3	3	3	18
63	2	3	2	3	5	2	17
64	3	4	3	4	4	3	21
65	3	3	3	3	4	3	19
66	3	4	3	4	2	3	19
67	5	5	5	5	3	5	28
68	3	1	3	1	4	2	14
69	2	4	2	4	3	2	17
70	5	4	5	4	4	5	27
71	4	5	4	5	4	4	26
72	5	4	5	4	4	5	27
73	5	5	5	5	4	5	29
74	4	5	4	5	3	4	25
75	5	5	5	5	3	5	28

RESPONDEN	HARGA (X2)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X2
76	4	5	4	5	3	4	25
77	5	4	5	4	4	5	27
78	4	4	4	4	4	4	24
79	3	4	3	4	4	3	21
80	3	2	3	2	4	3	17
81	3	3	3	3	3	5	20
82	4	4	4	4	4	4	24
83	3	4	3	4	4	3	21
84	2	4	2	4	4	2	18
85	2	4	3	2	2	4	17
86	4	5	5	4	4	5	27

LAMPIRAN 5

Jawaban Responden Atas Variabel Volume Penjualan (Y)

RESPONDEN	VOLUME PENJUALAN (Y)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
1	3	2	3	2	3	3	21
2	5	4	5	4	3	5	35
3	3	2	3	2	3	3	21
4	3	3	3	3	3	3	24
5	3	3	3	3	3	3	24
6	2	3	2	3	5	2	22
7	3	4	3	4	4	3	28
8	3	3	3	3	4	3	25
9	3	4	3	4	2	3	26
10	5	5	5	5	3	5	38
11	3	1	3	1	4	2	21
12	2	4	2	4	3	2	23
13	5	4	5	4	4	5	36
14	4	5	4	5	4	4	35
15	5	4	5	4	4	5	36
16	5	5	5	5	4	5	39
17	4	5	4	5	3	4	34
18	5	5	5	5	3	5	38
19	4	5	4	5	3	4	34
20	5	4	5	4	4	5	36
21	4	4	4	4	4	4	32
22	3	4	3	4	4	3	28
23	3	2	3	2	4	3	22
24	3	3	3	3	3	5	27
25	4	4	4	4	4	4	32
26	3	4	3	4	4	3	28
27	2	4	2	4	4	2	24
28	2	4	3	2	2	4	22
29	4	5	5	4	4	5	36
30	2	4	3	2	2	4	22
31	3	4	3	3	3	4	26
32	3	4	3	3	3	4	26
33	3	5	4	3	3	5	30
34	4	5	4	4	4	5	34
35	3	4	2	4	3	4	25
36	4	5	4	4	4	5	34

RESPONDEN	VOLUME PENJUALAN (Y)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
37	5	4	5	5	5	4	38
38	4	5	4	4	4	5	34
39	4	4	5	4	4	4	34
40	4	5	4	4	4	5	34
41	5	4	4	5	5	4	36
42	5	5	5	5	4	4	37
43	5	5	5	5	4	5	39
44	5	5	5	5	5	5	39
45	5	5	5	5	4	5	39
46	5	5	5	5	5	4	38
47	5	5	5	5	5	4	38
48	5	5	5	5	5	4	38
49	5	5	5	5	5	4	37
50	5	5	5	5	5	2	33
51	2	2	5	5	4	3	25
52	3	4	5	5	5	4	32
53	2	4	5	5	5	4	32
54	4	5	4	4	5	4	33
55	4	4	4	4	5	4	31
56	4	4	1	4	5	3	26
57	4	4	2	4	5	3	29
58	1	4	3	2	1	2	19
59	4	4	4	1	2	4	25
60	4	4	4	5	4	2	31
61	4	3	4	3	4	3	27
62	4	5	4	5	4	3	30
63	4	5	5	5	5	3	37
64	5	5	5	4	5	4	36
65	4	5	5	4	5	3	35
66	4	5	5	4	5	4	34
67	4	2	4	4	4	5	30
68	4	5	5	5	5	1	34
69	4	3	4	4	5	4	31
70	4	5	5	4	5	4	36
71	5	5	4	4	4	5	35
72	5	5	5	5	5	4	36
73	5	5	4	5	5	5	36
74	5	5	5	5	5	5	38
75	4	5	4	4	4	5	33

RESPONDEN	VOLUME PENJUALAN (Y)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
76	5	5	2	3	2	5	28
77	4	4	4	5	4	4	31
78	5	4	2	3	2	4	26
79	5	3	3	3	3	4	29
80	4	3	3	3	3	2	24
81	4	4	3	2	3	3	25
82	4	5	4	3	4	4	31
83	1	4	3	3	3	4	25
84	4	3	4	3	4	4	30
85	4	4	1	5	5	2	26
86	3	4	4	3	4	4	30

LAMPIRAN 6

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Personal Selling* (X₁)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.429*	.453*	.461*	.578**	.356	.956**	.413*	.782**
	Sig. (2-tailed)		.018	.012	.010	.001	.053	.000	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.429*	1	.124	.949**	.373*	.580**	.502**	.630**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.018		.515	.000	.042	.001	.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.453*	.124	1	.169	.403*	.042	.498**	.170	.487**
	Sig. (2-tailed)	.012	.515		.371	.027	.824	.005	.370	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.461*	.949**	.169	1	.422*	.631**	.535**	.686**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.371		.020	.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.578**	.373*	.403*	.422*	1	.230	.607**	.337	.696**
	Sig. (2-tailed)	.001	.042	.027	.020		.222	.000	.069	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.356	.580**	.042	.631**	.230	1	.291	.555**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.053	.001	.824	.000	.222		.118	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.956**	.502**	.498**	.535**	.607**	.291	1	.378*	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.005	.002	.000	.118		.040	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.413*	.630**	.170	.686**	.337	.555**	.378*	1	.724**
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.370	.000	.069	.001	.040		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.782**	.792**	.487**	.839**	.696**	.662**	.800**	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	8

LAMPIRAN 7

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₂)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.530**	.209	.613**	.456*	.887**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.003	.267	.000	.011	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.530**	1	.200	.236	.842**	.643**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.003		.290	.210	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.209	.200	1	-.059	.238	.090	.363*
	Sig. (2-tailed)	.267	.290		.757	.205	.637	.049
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.613**	.236	-.059	1	.215	.635**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.210	.757		.253	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.456*	.842**	.238	.215	1	.624**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.205	.253		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.887**	.643**	.090	.635**	.624**	1	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.637	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.868**	.760**	.363*	.666**	.750**	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.049	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	6

LAMPIRAN 8

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.234	.469**	.315	-.004	.411*	.606**
	Sig. (2-tailed)		.213	.009	.090	.983	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.234	1	.535**	.879**	.350	.562**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.213		.002	.000	.058	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.469**	.535**	1	.536**	.192	.892**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.009	.002		.002	.310	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.315	.879**	.536**	1	.355	.457*	.808**
	Sig. (2-tailed)	.090	.000	.002		.054	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	-.004	.350	.192	.355	1	.254	.473**
	Sig. (2-tailed)	.983	.058	.310	.054		.175	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.411*	.562**	.892**	.457*	.254	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.024	.001	.000	.011	.175		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.606**	.805**	.830**	.808**	.473**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.008	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

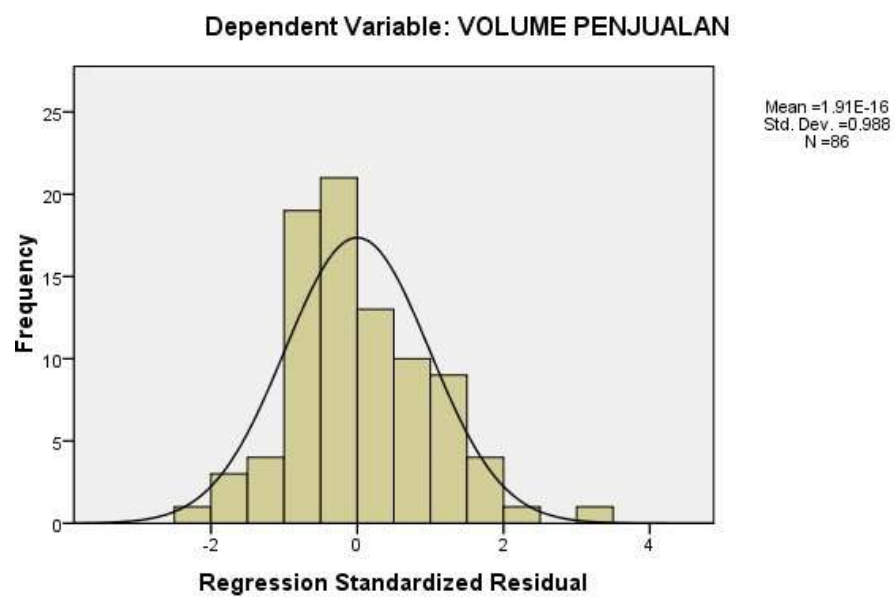
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	6

LAMPIRAN 9

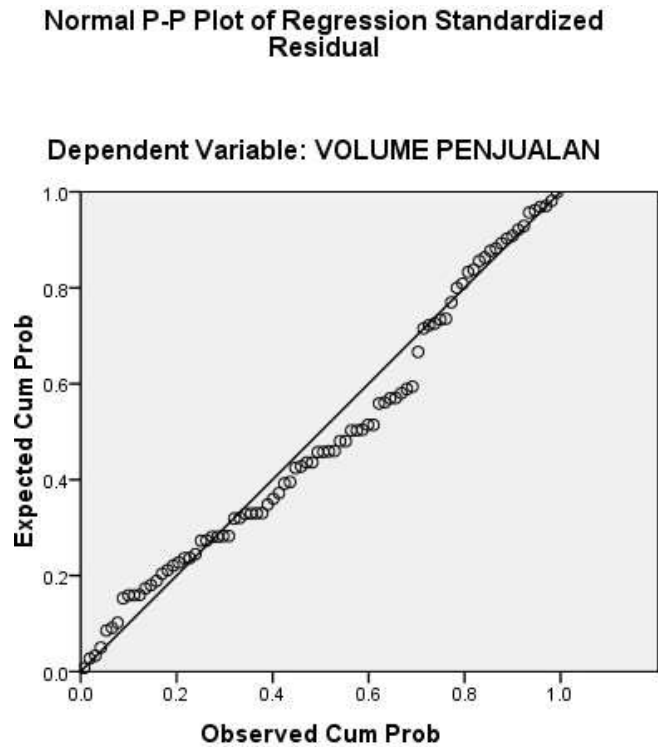
Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas
- Histogram

Histogram



- **Normal P Plot**



- **Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.94107567
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.103
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.953
Asymp. Sig. (2-tailed)		.324

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Multikolinearitas

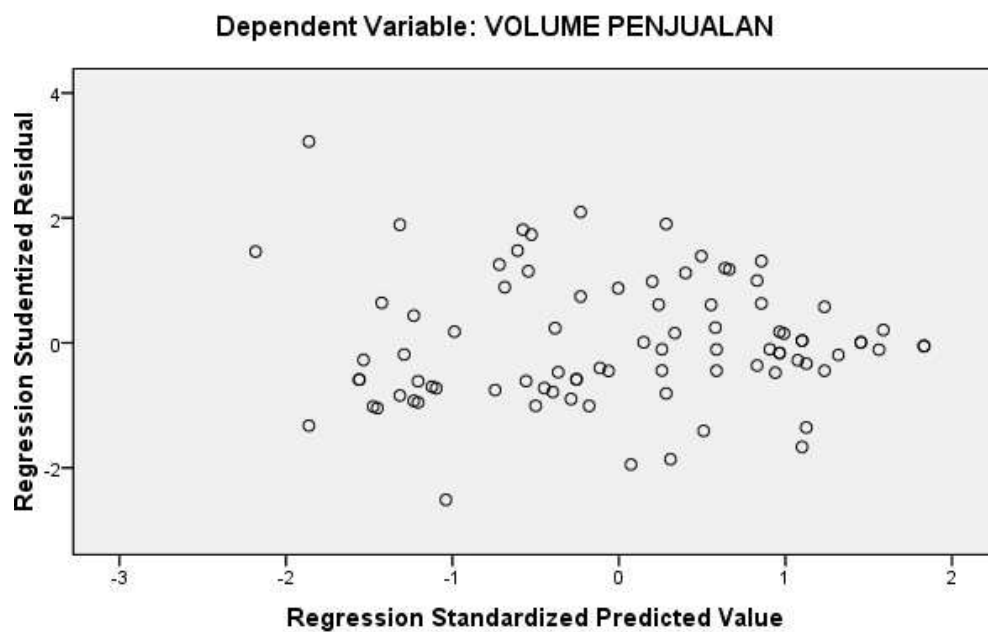
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PERSONAL	.670	1.492
	SELLING		
	HARGA	.670	1.492

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

c. Uji Heteroskedastisitas

- Scatterplot

Scatterplot



LAMPIRAN 10

Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

a. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.932	2.125		1.850	.068		
PERSONAL	.336	.081	.387	4.174	.000	.670	1.492
SELLING							
HARGA	.415	.090	.428	4.614	.000	.670	1.492

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

b. Uji Hipotesis

- Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.932	2.125		1.850	.068
PERSONAL	.336	.081	.387	4.174	.000
SELLING					
HARGA	.415	.090	.428	4.614	.000

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

- Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	804.245	2	402.122	45.395	.000 ^a
	Residual	735.244	83	8.858		
	Total	1539.488	85			

a. Predictors: (Constant), HARGA, *PERSONAL SELLING*

b. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.522	.511	2.976

a. Predictors: (Constant), HARGA, *PERSONAL SELLING*

b. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

LAMPIRAN 11

Tabel r

	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 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

LAMPIRAN 11

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
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN 13

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
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78



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, 14 Oktober 2021

Nomor : 2006/R/STIE-EP/X/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT. Duwi Pesona Solida Abadi
Di-

Tempat

Dengan hormat,

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

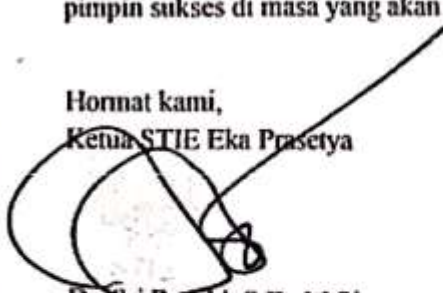
Nama	: Karina
NIM	: 181010242
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (SI)
Judul Tugas Akhir	: Analisa Personal Selling dan Harga Terhadap Volume Penjualan Cat Kuda Terbang Pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Duwi Pesona Solida Abadi 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



PT. DUWI PESONA SOLIDA ABADI

Jl. KL. Yos Sudarso No. 335/119

Telp / Hp : (061) 6627229 / 0823 6157 2528 (Hunting)

Fax : (061) 6639880

Medan - 20115



Surat Pernyataan

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Lisa

Jabatan : HRD

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Karina

NIM : 181010242

Kelas : Kewirausahaan B

Jurusan : Manajemen Kewirausahaan

Adalah benar mahasiswi dari STIE EKA PRASETYA yang benar-benar telah melakukan penelitian di PT. Duwi Pesona Solida Abadi dengan judul penelitian *"Analisa Personal Selling dan Harga terhadap Volume Penjualan Cat Kuda Terbang Pada PT. Duwi Pesona Solida Abadi"*.

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Terima Kasih.

Medan, 3 Januari 2022

Hormat saya,

Lisa

Human Resource Department



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Karina
NIM : 181010242
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	6 Maret 2020, Jumat	Sintyah JUDUL PROPOSAL : Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian laptop acer pada PT. PRIMA JAYA MULTI TECHNOLOGY	161010029	
2.	6 Maret 2020, Jumat	Alvin Sotanto JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Integrated marketing terhadap keputusan pembelian mobil x pander pada PT. SARDANA INDAH BERLIAN Motor cabang putr Hira	161010118	
3.	6 Maret 2020, Jumat	Willy Uli Rianto JUDUL PROPOSAL : Pengaruh lokasi dan store Atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada Convenience Store 'Yes 248 Cemasri Asri'	161010046	
4.	26 Februari 2021, Jumat	Cindy JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Persepsi dan Motivasi terhadap keputusan dalam memilih kuliah pada STIE EKA PRASETYA	171010059	
5.	26 Februari 2021, Jumat	Vivian Taifanny JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Integrated Marketing Communication dan ekuitas Merek terhadap volume penjualan PT. UNI DIESEL Medan	171010132	
6.	26 Februari 2021, Jumat	Calvin Surya Jaya JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Product Knowledge, Personal Selling dan Saluran Distribusi terhadap loyalitas pelanggan PT. Mestika Sakti Medan	181010266	
		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

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : KARINA
NIM : 181010242
Konsentrasi : MANAJEMEN KEMIRISAHAN Kelas : Kewirusahaan B
Nomor HP, No. WA : 0822-9870-3899 Email : karina.khoza@gmail.com
Alamat Tinggal : Jl. Perempuran gang sekaten No. 30C
Dosen Pembimbing Akademis : TTD :

Ka. Prodi

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa

Ihdira Gustina, S.E., M.M.

Ihdira Gustina, S.E., M.M.

Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

Karina

No

Tanggal

Uraian Singkat Bimbingan

Paraf Dosen
Pembimbing

I

II

1

11/09/2021

Bimbingan Judul

2

25/09/2021

Bimbingan Judul

3

22/11-2021

Bimbingan Proposal Skripsi

4

06/12-2021

Revisi rumusan masalah di bab 1, revisi di landasan teori bab 2, dan bab 3 definisi operasionalnya diurutkan dari variabel Y kemudian X1 & X2 dan urutannya diurutkan.

5

6

11/12-2021

Pengiriman revisi untuk dicek.

7

14/12-2021

Acc Bab 1, 2, 3

8

12/02-2021

Bimbingan Judul (ganti variabel)

9

15/03-2021

Bimbingan Judul (ganti variabel)

10

16/03-2021

Bimbingan Judul (cari pembuktian data)

11

20/03-2021

Bimbingan Judul

12

06/10-2021

Acc Judul

13

17/12-2021

Revisi di judul (covernya) pengetikasan PT harus sesuai dengan nama

14

PT nya) + Acc sempro

15

18/01-2022

Acc Kuesioner + Acc ulsempro

16

08/02-2022

Revisi teknik s

17

18/03-2022

Bab 4 & 5 untuk dicek, penulisan di bab 1: Tambahkan pembahasan agar lebih rinci

18

12/05-2022

Revisi pembahasan, poin 2^o R², Laplace t, F, R²

19

18/04-22

Di bab 4 Tambahkan ulasan yang detail, hasilnya dibandingkan dengan penelitian sebelumnya

20

21

13/05-22

Acc Sidang

22

17/05-22

Cek Bab 1-5. Acc

23

17/05-22

ole acc sidang meja hijau

24

25

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Karina
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 06 September 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Pertempuran Gang Sekata No.30 C
Alamat Email : karina.kho2000@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 0822-9870-3899

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SD Tri Murni
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2015 : SMP Tri Murni
3. Tahun 2015 s/d Tahun 2018 : SMA Tri Murni
4. Tahun 2018 s/d Tahun 2021 : STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

Mei 2018 s/d April 2020 : PT. Duwi Pesona Solida Abadi
April 2020 s/d Sekarang : NV. Sumatra Tobacco Trading Company

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Kho Kian Tek
Pekerjaan : Wirausaha
Handphone (HP) : 0812-9900-1932
Alamat : Jl. Pertempuran Gang Sekata No.30 C

Nama Ibu : Nurling
Pekerjaan : Wirausaha
Handphone (HP) : 0812-6554-5282
Alamat : Jl. Pertempuran Gang Sekata No.30 C

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

Medan,
Penulis,



Karina
181010242