



Analisis Pengaruh Produk terhadap Penjualan pada PT. Berkat Kasih Karunia Kabupaten Tapanuli Tengah

Product Effect Analysis on Sales at PT. District Grace's Blessing Middle Tapanuli

Furi Windari^{1*}, Elus Fronika Simatupang²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Alwashliyah Sibolga Tapanuli Tengah

Corresponding author*: furi.windari@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada/tidaknya pengaruh produk yang ditawarkan terhadap penjualan pada PT. Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah dengan menarik hipotesis bahwa Ada Pengaruh Produk terhadap Penjualan pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif korelasional yang menguraikan dan memberikan penjelasan tentang hubungan antara variabel X (independent) sebagai variabel bebas yang mempengaruhi, variabel Y (dependent) sebagai varibel terikat yang dipengaruhi. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang sedang dan positif antara Produk dengan Penjualan pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah sebesar 0,575, sehingga apabila diinterpretasikan dalam skala nilai dapat dikategorikan hubungan yang sedang. Sementara koefisien determinasi diketahui bahwa Produk hanya berpengaruh sebesar 0,330 atau 33% terhadap Penjualan pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah dan sisanya sebesar 67% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh $Y=11,3653+0,800X$, Uji t menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima kebenarannya, dimana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,782 > 2,04523$, dalam hal ini berarti Ada Pengaruh Produk terhadap Penjualan pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah. Disarankan kepada pimpinan PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah, agar lebih memperluas pasar dalam negeri, melihat potensi lahan pertambangan yang cukup luas dan strategis dalam pemasarannya.

Kata kunci: Produk dan Penjualan

Abstract

The purpose of this study is to determine whether there is an effect of the products offered on sales at PT. Berkat Kasih Kurnia, Central Tapanuli Regency by drawing the hypothesis that there is a product effect on sales at PT Berkat Kasih Kurnia, Central Tapanuli Regency. The research method used is descriptive correlational method which describes and provides an explanation of the relationship between the variable X (independent) as the independent variable that affects, the variable Y (dependent) as the dependent variable that is affected.

The results showed that there was a moderate and positive relationship between Product and Sales at PT Berkat Kasih Kurnia, Central Tapanuli Regency of 0.575, so that if interpreted on a value scale it could be categorized as a moderate relationship. While the coefficient of determination is known that the product only has an effect of 0.330 or 33% on sales at PT Berkat Kasih Kurnia, Central Tapanuli Regency and the remaining 67% is influenced by other factors not discussed in this study. The regression equation obtained is $Y=11.3653+0.800X$, the t-test shows that the proposed hypothesis is accepted as true, where t-count is greater than t-table, namely $3.782 > 2.04523$, in this case means There is Product Effect on Sales at PT Berkat Kasih Kurnia Central Tapanuli Regency. It



All Fields of Science J-LAS

Jurnal Penelitian

Available Online: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>



is recommended to the leadership of PT Berkat Kasih Kurnia, Central Tapanuli Regency, to further expand the domestic market, seeing the potential of aquaculture land which is quite large and strategic in its marketing.

Keywords: *Products and Sales*

PENDAHULUAN

Salah satu faktor keberhasilan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya dengan memperhatikan produk yang dihasilkan suatu perusahaan tersebut, karena diketahui bahwa produk tersebut merupakan sebuah perspektif (Pandangan) untuk menentukan laba perusahaan. Produk yang laku dipasarkan akan membuat perusahaan menjadi lebih hidup dalam persaingan pemasaran.

Strategi penjualan dapat dikatakan sebagai fungsi yang memiliki kontak dengan produk perusahaan dan dalam hal ini dapat dikatakan bahwa kendali penjualan tersebut sangat terbatas dimiliki sebuah perusahaan. Dalam hal ini strategi yang disusun dan diusung oleh perusahaan memainkan peranan yang penting dalam meningkatkan penjualan terhadap produk yang dipasarkan.

Meningkatkan penjualan sesuai dengan rencana target penjualan, bukanlah hal yang mudah, akan tetapi adalah hal yang sangat sulit, karena sebagaimana diketahui bahwa dalam memasarkan produk banyak saingan yang ada dipasar, disamping itu juga menyangkut tentang keahlian penjual dan selera pasar dengan kualitas produk yang dipasarkan. Dalam hal ini salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana strategi penjualan yang dibuat dan diaplikasikan dalam menjual produk yang dihasilkan, atau dengan kata lain bahwa strategi yang baik dan jitu akan dapat memenangkan persaingan dipasar.

Strategi penjualan ini merupakan konsep, dimana aplikasinya adalah dengan melaksanakan konsep yang tertata baik, dimana penjualan ini merupakan aplikasi dari strategi yang telah disusun dalam strategi pemasaran. Dalam hal ini keberhasilan konsep atau strategi penjualan akan banyak ditentukan oleh kemampuan penjual. Karena sebagaimana diketahui bahwa penjualan itu sendiri adalah Proses atau kegiatan untuk mengajak orang membeli dan melayaninya dalam pembelian

PT. Berkat Kasih Kurnia, merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk perikanan, berupa udang yang berorientasi ekspor, dimana udang ini hasil dari tambak yang dijaga kualitasnya, karena sering produk ini tidak diterima di pasar tujuan karena kualitasnya sesuai dengan standard yang telah ditentukan oleh negara tujuan. Dari hasil observasi penulis pada PT. Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah diketahui bahwa produk yang ditawarkan secara eksplisit belum mempunyai pengaruh kepada penjualan pada perusahaan tersebut, sedangkan kemampuan sumber daya manusia yang ada dapat dikatakan sudah cukup bagus dan berkompeten.

Demikian juga sarana dan prasarana penjualan dapat dikatakan cukup memadai, dan juga masalah kepemimpinan dalam perusahaan tersebut juga cukup baik, dan komunikasi yang berjalan dalam perusahaan tersebut juga sangat mendukung penjualan produk yang ada. Disamping itu pelayanan yang diberikan oleh tenaga kerja yang ada pada perusahaan tersebut dapat dikatakan cukup baik dan memadai.

Berdasarkan latar belakang, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini adalah Apakah ada Pengaruh Produk terhadap Penjualan pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah. Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui apakah ada/tidaknya pengaruh produk yang ditawarkan terhadap penjualan pada PT. Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif Korelasional, yang menguraikan dan memberikan penjelasan tentang hubungan antara variabel X (independent) sebagai variabel bebas yang mempengaruhi, variabel Y (dependent) sebagai variabel terikat yang dipengaruhi. Penelitian dilakukan pada PT. Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah, Jl. Padang Sidempuan Km. 17 Kelurahan Muara Nibung Kecamatan Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. Untuk penelitian ini populasi berjumlah 31 unit rumah makan dan restoran yang menjadi konsumen pada PT. Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah. Karena jumlah populasi adalah 31 unit rumah makan dan restoran, maka keseluruhan konsumen PT. Berkat Kasih Karunia Kabupaten Tapanuli Tengah dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: 1. Studi Literatur, yaitu dengan mempelajari berbagai sumber bacaan yang berkaitan erat dengan masalah penelitian, baik berupa buku-buku ilmiah maupun peraturan perundang-undangan. 2. Studi Lapangan, yaitu dengan cara mengumpulkan data langsung dari lokasi penelitian yang dilakukan dengan cara: a. Wawancara, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara tatap muka dengan pihak yang dapat memberikan keterangan tentang Fingerprint dan Disiplin kerja yang menjadi faktor penelitian. b. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan instrumen pertanyaan secara tertulis kepada responden yang harus dijawab oleh responden secara tertulis pula.

Teknik analisis menggunakan Uji korelasi (hubungan) pada dasarnya merupakan bentuk pendugaan parameter, untuk menafsirkan hubungan antara parameter populasi berdasarkan data sampel. Namun demikian koefisien korelasi hanya menjelaskan seberapa kuat atau lemahnya hubungan antara variabel, berdasarkan data sampel yang dianalisis. Dimana sesuai dengan pendapat Pearson sebagaimana dikutip oleh Arikunto (2006:302), untuk membuktikan adanya korelasi dinyatakan dengan koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus product moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien Korelasi

n : Jumlah Sampel

X : Variabel Bebas

Y : Variabel Terikat

Besar kecilnya Koefisien Korelasi itu terletak antara + 1 dan - 1. jika hasil perhitungan positif berarti korelasi variabel yang satu dengan yang lainnya kuat. Untuk mengetahui tinggi rendahnya koefisien korelasi, Sugiyono, (2012:250) menyatakan sebagai berikut:

0,00 s/d 0,19 = Korelasi sangat rendah

0,20 s/d 0,39 = Korelasi rendah

0,40 s/d 0,59 = Korelasi sedang

0,60 s/d 0,79 = Korelasi kuat

0,80 s/d 1,00 = Korelasi sangat kuat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapaun segmen pasar yang disasar oleh PT. Berkat Kasih Karunia adalah usaha-usaha kuliner seperti restoran dan rumah makan, khususnya yang berada di wilayah kota Sibolga dan Kabupaten Tapanuli Tengah. Berdasarkan data yang diperoleh dari perusahaan diketahui beberapa konsumen yang menjadi pelanggan tetap mereka seperti yang tertera dalam Tabel berikut.

Tabel 4.1. Daftar Nama Pemilik Rumah Makan Pelanggan Tetap Berkat Kasih Karunia Kabupaten Tapanuli Tengah

No	Nama	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia (Thn)	Pekerjaan/Usaha	Alamat
1	Mersal Batubara	L	SMA	52	Rumah Makan	Tap.Tengah
2	Rusmawati Sitompul	P	SMA	50	Rumah Makan	Tap.Tengah
3	Asaad Tambunan	L	SMK	50	Rumah Makan	Tap.Tengah
4	Gunawan Sihotang	L	SMK	50	Rumah Makan	Tap.Tengah
5	Rosliuna Pasaribu	P	SMP	45	Rumah Makan	Tap.Tengah
6	Dedi K. Pasaribu, S.IP	L	S1	50	Rumah Makan	Tap.Tengah
7	Arisman Purba, SE	L	S1	48	Rumah Makan	Tap.Tengah
8	Irma	P	SMA	51	Rumah Makan	Tap.Tengah
9	Efendi Panggabean	L	SMA	52	Rumah Makan	Tap.Tengah
10	Putri A. Tambunan, S.Pd	P	S1	36	Rumah Makan	Tap.Tengah
11	Sri Wulandari	P	SMA	30	Rumah Makan	Tap.Tengah
12	Ariandi Saputra, SE	L	S1	37	Rumah Makan	Tap.Tengah
13	Herry Situmeang, SE	L	S1	33	Rumah Makan	Sibolga
14	Jaya Iwan Setiono	L	SMA	47	Rumah Makan	Tap.Tengah
15	Sriwedari Pohan	P	SMA	33	Rumah Makan	Tap.Tengah
16	Paeran	L	SMP	55	Rumah Makan	Tap.Tengah
17	Roslina Siregar	L	SMA	46	Rumah Makan	Tap.Tengah
18	Saputra Hutabarat	L	SMA	41	Rumah Makan	Tap.Tengah
19	Irpan Suhendra	L	SMA	46	Rumah Makan	Tap.Tengah
20	Sutiman	L	SMA	40	Rumah Makan	Tap.Tengah
21	Nur Imah	P	SMA	37	Rumah Makan	Tap.Tengah
22	Ngabdiono	L	SMA	50	Rumah Makan	Tap.Tengah
23	Ariandi Pratama	L	SMA	40	Rumah Makan	Tap.Tengah
24	Wenni A. Hutapea	P	SMA	39	Rumah Makan	Tap.Tengah
25	Abdul Halim Tanjung	L	SMK	43	Rumah Makan	Tap.Tengah
26	Alwi Nasution	L	SMA	48	Rumah Makan	Tap.Tengah
27	Marlina	P	SMA	35	Rumah Makan	Tap.Tengah
28	Nur'ain Sitompul	P	SMA	35	Rumah Makan	Tap.Tengah
29	Sugeng	L	SMP	52	Rumah Makan	Tap.Tengah

30	Rizki Panjaitan	L	SMA	49	Rumah Makan	Tap.Tengah
31	Citra Priska Ananda	P	SMA	36	Rumah Makan	Tap.Tengah

Sumber : Data Dokumentasi PT. Berkah Kasih Karunia Kabupaten Tapanuli Tengah , 2019

Analisis Deskriptif Kuesioner Penelitian

a. Variabel X (Produk)

Pada tabel 4.6, tabel 4.7 dan tabel 4.8 selanjutnya akan ditabulasikan data Produk dari setiap item sebagai berikut:

Tabel 4.6. Data Hasil Jawaban Responden Tentang Produk

No. Resp	Nomor Item															Jlh	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,67
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,67
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,60
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,60
5	4	4	4	5	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4	2	51	3,40
6	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	5	5	2	59	4,00
7	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	51	3,33
8	5	4	4	5	2	2	4	5	2	5	4	2	5	4	2	55	3,87
9	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	3	67	4,33
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,60
11	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	3	67	4,33
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,60
13	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	1	5	5	1	62	4,27
14	4	4	4	5	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4	2	51	3,40
15	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	5	5	2	59	4,00
16	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	51	3,33
17	5	4	4	5	2	2	4	5	2	5	4	2	5	4	2	55	3,87
18	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	72	4,67
19	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	3	68	4,47
20	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	1	5	5	1	62	4,27
21	4	4	4	5	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4	2	51	3,40
22	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	5	5	2	59	4,00
23	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	51	3,33
24	5	4	4	5	2	2	4	5	2	5	4	2	5	4	2	55	3,87
25	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	72	4,67
26	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	3	68	4,47
27	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	71	4,53
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,67
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,67
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	4,60
31	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	5	5	2	59	4,00
Jumlah																	129,49

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 4.7. Tabulasi Data Produk Dari setiap Item

Aspek yang Ditanyakan	No.	Jawaban Responden					Jlh
	Item	a	B	c	d	e	
Produk	1	25	6	0	0	0	31
	2	15	16	0	0	0	31
	3	22	6	3	0	0	31
	4	22	9	0	0	0	31
	5	18	4	0	9	0	31
	6	16	9	0	6	0	31
	7	16	8	0	7	0	31
	8	19	12	0	0	0	31
	9	16	9	0	6	0	31
	10	15	13	0	3	0	31
	11	13	18	0	0	0	31
	12	0	3	13	13	2	31
	13	25	6	0	0	0	31
	14	22	9	0	0	0	31
	15	0	3	13	13	2	31

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Jawaban dan Nilai Produk dari setiap Item

No. Item	Frekuensi Jawaban										Jumlah		Rata-rata
	a		B		C		d		e		F	Se	
	F	Se	F	Se	F	Se	F	Se	F	Se			
1	25	125	6	24	0	0	0	0	0	0	31	149	4,81
2	15	75	16	64	0	0	0	0	0	0	31	139	4,48
3	22	110	6	24	3	9	0	0	0	0	31	143	4,61
4	22	110	9	36	0	0	0	0	0	0	31	146	4,71
5	18	90	4	16	0	0	9	18	0	0	31	124	4,00
6	16	80	9	36	0	0	6	12	0	0	31	128	4,13
7	16	80	8	32	0	0	7	14	0	0	31	126	4,06
8	19	95	12	48	0	0	0	0	0	0	31	143	4,61
9	16	80	9	36	0	0	6	12	0	0	31	128	4,13
10	15	75	13	52	0	0	3	6	0	0	31	133	4,29
11	13	65	18	72	0	0	0	0	0	0	31	137	4,42
12	0	0	3	12	13	39	13	26	2	2	31	79	2,55
13	25	125	6	24	0	0	0	0	0	0	31	149	4,81
14	22	110	9	36	0	0	0	0	0	0	31	146	4,71
15	0	0	3	12	13	39	13	26	2	2	31	79	2,55
Jumlah												62,87	
Rata-rata												4,23	

F = Frekuensi Jawaban
Sc = Score (Frekuensi x nilai)
Sumber : Data Diolah, 2019

Pada tabel 4.6, tabel 4.7, tabel 4.8 selanjutnya akan ditabulasikan data Produk dari setiap item sebagai berikut: Berdasarkan skala nilai diatas, selanjutnya diinterpretasikan nilai rata-rata yang diperoleh dari hasil pertanyaan mengenai Produk rata-rata dari setiap item sebagai berikut :

1. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju dalam meningkatkan produk harus juga dibarengi dengan meningkatkan performa produk, rata-rata mendapat nilai 4,81 termasuk dalam kategori sangat baik.
2. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda juga setuju kalau dikatakan performa produk dapat dipakai dalam menetapkan penjualan, rata-rata mendapat nilai 4,48 termasuk dalam kategori sangat baik.
3. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju apabila dikatakan bahwa keistimewaan sebuah produk menentukan kualitas produk, rata-rata mendapat nilai 4,61 termasuk dalam kategori sangat baik.
4. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju bahwa keistimewaan juga merupakan salah satu dasar dalam menetapkan penjualan, rata-rata mendapat nilai 4,71 termasuk dalam kategori sangat baik.
5. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau kehandalan juga dapat digunakan untuk menentukan kualitas produk, rata-rata mendapatkan nilai 4,00 termasuk dalam kategori baik
6. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau keistimewaan sebuah produk mempunyai spesifikasi tertentu, rata-rata mendapat nilai 4,13 termasuk dalam kategori baik.
7. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau kehandalan produk sangat dibutuhkan dalam suatu produk, rata-rata mendapat nilai 4,06 termasuk dalam kategori baik.
8. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau kehandalan sebuah produk menentukan kualitas produk itu sendiri, rata-rata mendapat nilai 4,61 termasuk dalam kategori sangat baik.
9. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau dikatakan sebuah produk berkualitas apabila produk tersebut mempunyai spesifikasi, rata-rata mendapat nilai 4,13 termasuk dalam kategori baik.
10. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau dikatakan bahwa produk yang berkualitas juga mengandung daya tahan, rata-rata mendapat nilai 4,29 termasuk dalam kategori sangat baik.
11. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau daya tahan tersebut perlu dipertahankan, rata-rata mendapat nilai 4,42 termasuk dalam kategori sangat baik.
12. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau setiap produk yang dihasilkan mempunyai estetika, rata-rata mendapat nilai 2,55 termasuk dalam kategori cukup.
13. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau estetika tersebut harus dipertahankan, rata-rata mendapat nilai 4,81 termasuk dalam kategori

sangat baik.

14. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau ditengah tengah masyarakat perlu dibangun persepsi, rata-rata mendapat nilai 4,71 termasuk dalam kategori sangat baik.

15. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau persepsi tersebut harus dikembangkan, rata-rata mendapat nilai 2,55 termasuk dalam kategori baik.

Berdasarkan interpretasi nilai rata-rata diatas menunjukkan bahwa Produk pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah sudah baik, hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata sebesar 4,19 termasuk dalam kategori baik.

b. Variabel Penjualan

Pada tabel 4.9, tabel 4.10 dan tabel 4.11 selanjutnya akan ditabulasikan data Penjualan dari setiap item adalah:

Tabel 4.9. Data Hasil Jawaban Responden Tentang Penjualan

No. Resp	Nomor Item															Jlh	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
1	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	68	4,60
2	3	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	67	4,60
3	3	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	67	4,60
4	3	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	67	4,60
5	3	2	4	5	2	4	5	2	4	2	2	2	2	2	2	43	3,53
6	2	2	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	4	40	3,07
7	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	2	4	4	5	4	64	4,27
8	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	4	2	4	56	3,87
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	72	4,53
10	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	68	4,60
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	72	4,53
12	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	68	4,60
13	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	72	4,47
14	4	2	4	5	2	4	5	2	4	2	2	2	4	2	2	46	3,53
15	2	2	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	4	40	3,07
16	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4	63	4,27
17	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	4	2	4	56	3,87
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	72	4,53
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	72	4,53
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	72	4,53
21	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	72	4,47
22	4	2	4	5	2	4	5	2	4	2	2	2	4	2	2	46	3,53
23	2	2	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	4	40	3,07
24	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4	63	4,27
25	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	4	2	4	56	3,87
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	72	4,53
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	72	4,53

28	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	68	4,60
29	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	68	4,60
30	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	68	4,60
31	4	2	4	5	2	4	5	2	4	2	2	2	4	2	2	46	3,53
Jumlah																129,80	

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 4.10. Tabulasi Data Penjualan Dari setiap Item

Aspek yang Ditanyakan	No.	Jawaban Responden					Jlh
	Item	a	b	c	d	e	
Penjualan	1	9	10	9	3	0	31
	2	18	6	0	7	0	31
	3	21	10	0	0	0	31
	4	28	3	0	0	0	31
	5	14	10	0	7	0	31
	6	9	10	9	3	0	31
	7	23	8	0	0	0	31
	8	7	17	0	7	0	31
	9	24	7	0	0	0	31
	10	18	6	0	7	0	31
	11	18	0	0	13	0	31
	12	11	3	0	17	0	31
	13	9	10	8	4	0	31
	14	21	0	0	10	0	31
	15	16	11	0	4	0	31

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Jawaban dan Nilai Penjualan dari setiap item

No. Item	Frekuensi Jawaban										Jumlah		Rata-rata
	a		b		c		D		e				
	F	Se	F	Se	F	Se	F	Se	F	Se	F	Se	
1	9	45	10	40	9	27	3	6	0	0	31	118	3,81
2	18	90	6	24	0	0	7	14	0	0	31	128	4,13
3	21	105	10	40	0	0	0	0	0	0	31	145	4,68
4	28	140	3	12	0	0	0	0	0	0	31	152	4,90
5	14	70	10	40	0	0	7	14	0	0	31	124	4,00
6	9	45	10	40	9	27	3	6	0	0	31	118	3,81
7	23	115	8	32	0	0	0	0	0	0	31	147	4,74
8	7	35	17	68	0	0	7	14	0	0	31	117	3,77
9	24	120	7	28	0	0	0	0	0	0	31	148	4,77
10	18	90	6	24	0	0	7	14	0	0	31	128	4,13
11	18	90	0	0	0	0	13	26	0	0	31	116	3,74
12	11	55	3	12	0	0	17	34	0	0	31	101	3,26

13	9	45	10	40	8	24	4	8	0	0	31	117	3,77
14	21	105	0	0	0	0	10	20	0	0	31	125	4,03
15	16	80	11	44	0	0	4	8	0	0	31	132	4,26
Jumlah												61,81	
Rata-rata												4,12	

F = Frekuensi Jawaban

Se = Score (Frekuensi x nilai)

Sumber : Data Diolah, 2019

Pada tabel 4.9, tabel 4.10, tabel 4.11 selanjutnya akan ditabulasikan data Penjualan dari setiap item sebagai berikut: Berdasarkan skala nilai diatas, selanjutnya diinterpretasikan nilai rata-rata yang diperoleh dari hasil pertanyaan mengenai Penjualan rata-rata dari setiap item sebagai berikut :

1. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau ada pernyataan pembeli, agar kualitas produk ini ditingkatkan, rata-rata mendapat nilai 3,81 termasuk dalam kategori baik.
2. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau pernyataan dari pembeli tersebut adalah bersifat obyektif, rata-rata mendapat nilai 4,13 termasuk dalam kategori baik.
3. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau pernyataan yang dilontarkan pembeli akan dapat meningkatkan penjualan, rata-rata mendapat nilai 4,68 termasuk dalam kategori sangat baik.
4. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju dengan konsep dan tujuan perusahaan dalam meningkatkan produk, rata-rata mendapat nilai 4,90 termasuk dalam kategori sangat baik.
5. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau tindakan perusahaan bertujuan dalam meningkatkan penjualan, rata-rata mendapatkan nilai 4,00 termasuk dalam kategori baik
6. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju sebagai pembeli dengan tujuan perusahaan, rata-rata mendapat nilai 3,81 termasuk dalam kategori baik.
7. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju dengan adanya peningkatan kuantitas produk perusahaan, rata-rata mendapat nilai 4,74 termasuk dalam kategori sangat baik.
8. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau peningkatan kuantitas diiringi dengan peningkatan kualitas, rata-rata mendapat nilai 3,77 termasuk dalam kategori baik.
9. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau peningkatan kuantitas diiringi dengan penurunan harga, rata-rata mendapat nilai 4,77 termasuk dalam kategori sangat baik.
10. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau dikatakan peningkatan kuantitas produk akan membuat tercapainya laba perusahaan, rata-rata mendapat nilai 4,13 termasuk dalam kategori baik.
11. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau pencapaian hasil perusahaan akan berpengaruh kepada anda, rata-rata mendapat nilai 3,74 termasuk dalam kategori baik.

12. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau pencapaian penjualan anda akan berpengaruh secara signifikan kepada usaha anda, rata-rata mendapat nilai 3,26 termasuk dalam kategori baik.
13. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau penjualan produk perusahaan selalu meningkat, rata-rata mendapat nilai 3,77 termasuk dalam kategori baik.
14. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau dikatakan penjualan produk perusahaan berpengaruh kepada usaha anda, rata-rata mendapat nilai 4,03 termasuk dalam kategori baik.
15. Hasil survey tanggapan responden terhadap Apakah anda setuju kalau penjualan yang anda lakukan selalu memberi keuntungan kepada anda, rata-rata mendapat nilai 4,26 termasuk dalam kategori sangat baik.

Berdasarkan interpretasi nilai rata-rata di atas menunjukkan bahwa Penjualan pada Kantor PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah sudah baik, hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata sebesar 4,25 termasuk dalam kategori sangat baik.

Analisis Data

a. Uji Validasi Variabel Produk dan Penjualan

Adapun hasil uji validitas variabel Produk dan Penjualan dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Produk & Penjualan

No Item	r_{hitung}	r_{kritis}	Kesimpulan
Variabel X (Penjualan)			
Item 1	0,734	0,30	Valid
Item 2	0,382	0,30	Valid
Item 3	0,772	0,30	Valid
Item 4	0,405	0,30	Valid
Item 5	0,904	0,30	Valid
Item 6	0,806	0,30	Valid
Item 7	0,634	0,30	Valid
Item 8	0,636	0,30	Valid
Item 9	0,806	0,30	Valid
Item 10	0,632	0,30	Valid
Item 11	0,670	0,30	Valid
Item 12	0,704	0,30	Valid
Item 13	0,734	0,30	Valid
Item 14	0,843	0,30	Valid
Item 15	0,704	0,30	Valid
Variabel Y (Penjualan)			
Item 1	,521	0,30	Valid
Item 2	,963	0,30	Valid
Item 3	,912	0,30	Valid
Item 4	,622	0,30	Valid
Item 5	,945	0,30	Valid
Item 6	,439	0,30	Valid

Item 7	,378	0,30	Valid
Item 8	,914	0,30	Valid
Item 9	,900	0,30	Valid
Item 10	,951	0,30	Valid
Item 11	,798	0,30	Valid
Item 12	,358	0,30	Valid
Item 13	,550	0,30	Valid
Item 14	,895	0,30	Valid
Item 15	,710	0,30	Valid

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan table 4.12 dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner variabel penelitian baik itu variabel Produk dan variabel Penjualan menunjukkan angka lebih besar dari 0,30. Dengan demikian keseluruhan butir pertanyaan variabel Produk dan variabel Penjualan diatas, dinyatakan valid dan memenuhi syarat sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas Variabel Produk dan Variabel Penjualan.

Hasil uji reliabilitas kuesioner variabel Produk dan Penjualan dapat dilihat pada tabel – 4.13

Tabel – 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk& Penjualan

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Produk	0,925	Reliabel
2	Penjualan	0,934	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji coba uji reliabilitas instrumen penelitian pada tabel 4.13 diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing item pada masing-masing variabel > 0,60 dan dinyatakan reliabel.

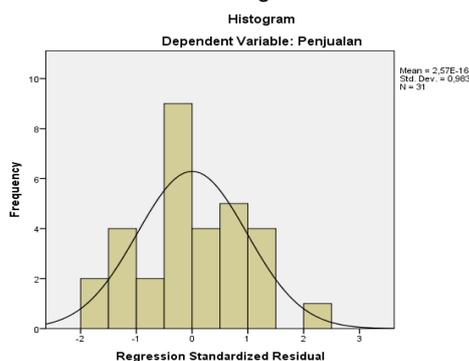
c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas dengan menggunakan pendekatan grafik dan pendekatan *Kolmogorv-Smirnov*.

1) Analisis grafik.

Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar – 4.2.

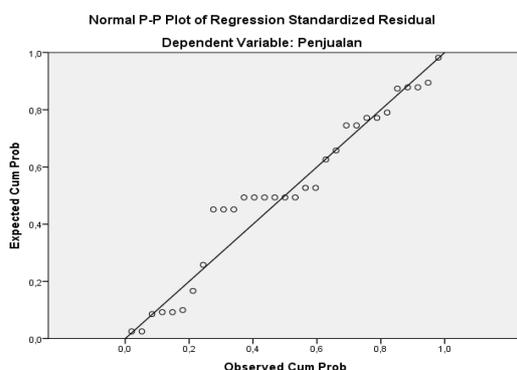
Gambar 4.2. Grafik Histogram Variabel Produk dan Penjualan



Sumber : Data Diolah, 2019

Pada gambar 4.2 terlihat variabel berdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan oleh distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau ke kanan. Hasil dari analisis grafik *P-Plot* uji normalitas adalah dapat dilihat pada gambar 4.3

Gambar 4.3



Sumber : Data Diolah, 2019

Pada gambar-4.3 *P-P plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal.

Analisis Statistik

1) Kolmogorov-Smirnov (K-S)

Salah satu uji statistik untuk menguji normalitas adalah uji statistik kolmogorov Smirnov (K-S). Uji ini dilakukan dengan membuat hipotesis : Jika probabilitas (Asymp. Sig) dibawah 0,05 dan nilai KS Z diatas nilai Z untuk 0,05 sebesar 1,97 maka H_a ditolak artinya data residual tidak berdistribusi normal, jika probabilitas diatas 0,05 dan nilai KS Z dibawah nilai Z untuk 0,05 yang sebesar 1,97berartidata residual berdistribusi normal.Hasil uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.14

Tabel 4.14. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	9,31231573
Most Extreme Differences	Absolute	,193
	Positive	,098
	Negative	-,193
Kolmogorov-Smirnov Z		1,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa Asymp. Sig sebesar 0,200 > probabilitas 0,05 dan nilai Z Kolmogorov Smirnov sebesar 0,1073 < dari nilai Z untuk sig 5% yaitu 1,97 yang berarti kedua data variabel tersebut berdistribusi normal.

2) Analisis Korelasi

Untuk mengetahui apakah ada kolerasi antara Produk (variabel X) dan Penjualan (variabel Y), maka nilai-nilai dari tabel tersebut diatas dapat dimasukkan ke dalam

Program SPSS V19, dengan hasil sebagaimana pada tabel 4.15

Tabel 4.15. Output Koefisien korelasi relations

		Produk	Penjualan
Produk	Pearson Correlation	1	,575**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	31	31
Penjualan	Pearson Correlation	,575**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	31	31

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

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari tabel 4.15 dapat diketahui bahwa Koefisien Korelasi yang ditemukan sebesar 0,575, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang sedang dan positif sebesar 0,575 antara Produk dengan Penjualan pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah.

1) Koefisien Determinasi

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh Produk terhadap Penjualan Pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah dapat dilihat pada tabel 4.16

Tabel – 4.16. Output Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,575 ^a	,330	,307	9,47151

a. Predictors: (Constant), Produk

b. Dependent Variable: Penjualan

Dari perhitungan diatas dapat diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,330 hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variasi variabel terikat (Penjualan) 33% ditentukan oleh variabel bebas (Produk) dan sisanya sebesar 33% ditentukan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4) Regresi Linier Sederhana

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y, dilakukan dengan perhitungan regresi linier sederhana sebagai berikut : $Y=a+bX$

Tabel – 4.17. Output koefisien regresi dan Uji t (Uji Hipotesis)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,365	13,445		,845	,405
	Produk	,800	,211	,575	3,782	,001

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari tabel 4.17 dapat diperoleh persamaan regresi yaitu $Y=11,3653+0,800X$, hal ini berarti bahwa yang terjadi pengaruh pada variabel terikat (Penjualan) ditentukan oleh variabel bebas (Produk) dengan koefisien regresi sebesar 0,800, dimana apabila ditambahkan satu satuan variabel X (Produk) atau nilai tertentu maka akan menambah peningkatan variabel Y (Penjualan) sebesar koefisien regresi 0,800.

5) Uji Hipotesis (Uji t)

Setelah nilai koefisien regresi diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari nilai t hitung dengan tujuan untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan ditolak atau

diterima dapat diketahui dengan cara-cara sebagai berikut :

1. Membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan ketentuan :
 - (a) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis alternative (H_a) diterima dan hipotesis O (H_o) ditolak.
 - (b) Apabila nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan Hipotesis (H_o) diterima.
2. Mencari nilai derajat kebebasan (dk), yaitu $dk = 2$, dalam hal ini $n = 31$, maka $dk = 31 - 2 = 29$.
3. Setelah nilai dk diketahui maka nilai t tabel (nilainya telah diketahui dalam tabel t) untuk dk 29 pada taraf signifikan 0,05 adalah sebesar 2.04523

Dari tabel 4.17, nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Setelah dibandingkan didapat hasil bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $3,782 > 2.04523$. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, atau signifikansi yang diperoleh dibawah tingkat 0,05, maka disimpulkan bahwa Ada Pengaruh Produk terhadap Penjualan pada PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah dan Hipotesis pada BAB I dapat diterima.

Hasil Analisa Pembahasan

Dari penelitian yang penulis lakukan dapat diketahui bahwa penjualan PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah, adalah setiap rumah makan akan di suplay sebanyak 20 Kg dalam sekali panen dimana panen tersebut dalam tiga bulan sekali panen. Dengan demikian setiap sekali panen PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah akan mensuplay 620 Kg kepada rumah makan sebagai pelanggan dari perusahaan tersebut. Maka dari itu PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah akan dapat menghasilkan uang $620 \text{ Kg} \times \text{Rp } 80.000 = \text{R } 49.600.000.-$ rata rata setiap kali panen, dimana hasil ini hanya untuk konsumsi dalam negeri yang dibeli oleh pelanggan di Sibolga/Tapanuli Tengah.

Permintaan ini selalu dapat dipenuhi oleh PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah, dan kualitas produk ini dibawah kualitas produk untuk Eksport, dan besaran produk ini lebih kecil kalau dibandingkan dengan produk eksport. Harga dari produk yang dikonsumsi dalam negeri akan dapat ditingkatkan kalau PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah dapat meningkatkan Produknya, baik dari segi kualitas, maupun dari segi besarannya produk tersebut. Hal ini dapat dibuktikan karena hubungan antara produk dengan penjualan adalah hubungan yang linear, sebagai mana dikemukakan diatas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ini dan berdasarkan hasil uraian pada bab sebelumnya, peneliti dapat memberikan kesimpulan dan saran sebagai berikut : Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang sedang dan positif antara Produk dengan Penjualan pada PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah sebesar 0,575, sehingga apabila diinterpretasikan dalam skala nilai dapat dikategorikan hubungan yang sedang. Sementara koefisien determinasi diketahui bahwa Produk hanya berpengaruh sebesar 0,330 atau 33% terhadap Penjualan pada PT Berkas Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah dan sisanya sebesar 67% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh $Y = 11,3653 + 0,800X$, Uji t

menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima kebenarannya, dimana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,782 > 2.04523$, dalam hal ini berarti Ada Pengaruh Produk terhadap Penjualan pada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah.

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, diajukan beberapa saran sebagai berikut: 1) Disarankan kepada pimpinan PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah, agar lebih memperluas pasar dalam negeri, melihat potensi lahan pertambakan yang cukup luas dan strategis dalam pemasarannya. 2) Agar sumber daya manusia lebih ditingkatkan pengetahuannya, terutama dalam hal pertambakan udang yang menjadi komoditas PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah. 3) Kiranya PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah selalu memperhatikan pencemaran air laut sebagai sumber air pada pertambakan, dimana sebagaimana diketahui banyaknya pembuangan sampah kelaut dan minyak kotor dari kapal kapal perikanan yang ada disekitar areal pertambakan. 4) Karena areal pertambakan berada dekat jalan raya, dimana transportasi selalu lewat dan dapat mengganggu tingkat perkembangan udang, maka perlu dilakukan pembatasan areal lebih selektif. 5) Untuk menjaga kepercayaan masyarakat kepada PT Berkat Kasih Kurnia Kabupaten Tapanuli Tengah, kiranya perusahaan dapat pula memberikan bantuan dalam bentuk CSR kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi 2006, *Prosedir Penelitian Suatu PendekatanPraktek*, Edisi Revisi , Jakarta, Penerbit PT Rineka Cipta
- Alma,Buchari.H, 2007. *Kewira Usahaan Untuk Mahasiswa dan Umum* Edisi Revisi, Penerbit Alfa Beta,Bandung
- Anwar, Dessy. 2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia.
- Azwar, S, 2007, *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya, Edisi 2*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Basu Swastha dan Irawan, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Bayu Triyanto. 2014. *Pengaruh produk, promosi, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian pada toko Seyegan Sport Sleman Yogyakarta(Studi Kasus Pada Toko Seyegan Sport Sleman Yogyakarta*, Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2001, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Balai PustakaJakarta
- Cornelia Dumarya Manik, (2015), *Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan promosi terhadap tingkat penjualan pada perumahan Serpong Garden (Studi Pada Perumahan Serpong Garden*, Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang. Vol. 3, No.1
- Furchan, 2007, *Pengantar Penilitia dalam Pendidikan*, Pustaka Pelajar, Malang
- Ghozali. Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*,Edisi Kelima, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip, Gary Armstrong 2008, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta Intermedia.
- Kotler,Philip & Lane Keller 2009.*Manajemen Pemasaran* Erlangga Jakarta
- Kuncoro. Mudrajat, 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Erlangga, Jakarta
- Nasution 2005. *Manajemen Mutu Terpadu* Ghalia Indonesia. Bogor
- Panitia Istilah Manajemen 2003.*Kamus IstilahManajemen*, Balai Aksara Jakarta.
- Rangkuti,Freddy 2007.*Manajemen Persediaan*,Raja Wali Pers.Jakarta.
- Situmorang, Syafizal Helmi dan Muslich Lufti, 2012, *Analisis Data, Untuk Riset Manajemen dan Bisnis, Edisi 2*, Medan, USU Press
- Stanton William.J, 2005. *Prinsip Pemasaran Jilid I, Edisi Ketujuh*, Erlangga. Jakarta.

- STIE Al-Washliyah Sibolga/Tapanuli Tengah, 2015, ***Pedoman Penulisan Laporan Penelitian Penyusunan Skripsi***, Sibolga, STIE Al-Washliyah Sibolga/Tapanuli Tengah
- Sugiyono. 2012. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D***. Alfa Beta
- Sutojo, Siswanto 2003, ***Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*** PT.Pustaka Binaman Pressindo Jakarta
- Supranto. J. 2011. ***Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan***. Rineka Cipta Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 2008. ***Pemasaran Jasa***, Edisi I, Andy Offset, Yogyakarta.
- Umar, Husein 2004, ***Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi***, Jakarta, Pustaka Utama, PT Gramedia
- Winardi.2001. ***Manajemen Pemasaran*** CV.Sinar Baru.Bandung.
- Zain, Badudu. 2004. ***Kamus Umum Bahasa Indonesia***, www.geogle .com, 12 Juli 2016.
- Khairuddin Tampubolon, Fider Lumbanbatu (2020), Analisis Penggunaan Knalpot Berbahan Komposit Untuk Mengurangi Tingkat Kebisingan Pada Motor Suzuki Satria, *Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy*, 4(2), 174-182.
From: <http://www.ojs.uma.ac.id/index.php/jmemme/article/view/4065>
- Elazhari, Khairuddin Tampubolon, Ali Mukti Tanjung, dkk (2022). *Implementation of the Guidance Policy for Fostered Citizens at Technical Implementation Unit (UPT) of Social Services for Homeless and Beggars Binjai, Social Service of North Sumatra Province; Journal: International Journal of Mechanical Engineering, V.7, No.1(hal:425-431).*
URL: https://kalaharijournals.com/resources/41-60/IJME_Vol7.1_56.pdf.
- Elazhari, 2019. *Policy In the development of social development in society: Study of implementation of regional regulation number 4 of 2008 concerning handling of homeless and beggar in the ...*
- Muhammad Rajali, Elazhari, Khairuddin Tampubolon, (2021). Pencocokan Kurva Dengan Metode Kuadrat Terkecil dan Metode Gauss. *AFoSJ-LAS: Journal All Field of Science J-LAS*, 1(1), 14-22.
From: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFOSJ-LAS/article/view/9>
- Khairuddin Tampubolon, & Koto, F. R. (2019). Analisis Perbandingan Efisiensi Kerja Mesin Bensin Pada Mobil Tahun 2000 Sampai Tahun 2005 Dan Mobil Tahun 2018 Serta Pengaruh Terhadap Konsumsi Bahan Bakar Dan Cara Perawatannya Sebagai Rekomendasi Bagi Konsumen. *Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy*, 3(2), 76-83.
From <Http://Ojs.Uma.Ac.Id/Index.Php/Jmemme/Article/View/2773>
- Wispi Elbar, Khairuddin Tampubolon, (2020), Pengaruh Campuran Silikon Pada Aluminium Terhadap Kekerasan Dan Tingkat Keausannya, *Jmemme: Journal Of Mechanical Engineering, Manufactures, Materials And Energy*, 4(2), 183-196.
From: <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jmemme/article/view/4070>
- Surya Irawan, Khairuddin Tampubolon (2021); Pengaruh Unsur Fe dan Penambahan Grain Refiner Al-5TiB Terhadap Morfologi Fasa Intermetalik dan Sifat Mekanis Pada Paduan Zamak 3, *Jurnal: Journal Of Mechanical Engineering Manufactures Materials And Energy*, V.5, No.2 (hal:96-114),
URL: <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jmemme/article/view/4629>
- Roswirman Roswirman, ELAZHARI, Khairuddin Tampubolon(2021) Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru

pada Era New Normal di SMK Swasta PAB 2 Helvetia; AFoSJ-LAS (All Fields of Science J-LAS),V.1,no.4(hal.316-333).

Elazhari, 2021. Pengaruh Motivasi Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di SMP Negeri 2 Tanjung Balai, AFoSJ-LAS: Journal All Field of Science J-LAS, 1(1), 44-53.

From: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFOSJ-LAS/article/view/7>

Khairuddin Tampubolon, Elazhari, dkk (2021); Penyuluhan Tentang Mengenal Mesin Pompa Air dan Cara Perawatannya di Serikat Tolong Menolong Nurul Iman (STMNI) Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(1-8).