

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum YKK Corporation Jepang

a. Nama dan Alamat Perusahaan YKK Corporasi

YKK Corporation (YKK株式会社 YKK Kabushikigaisha) adalah grup perusahaan Jepang yang memproduksi produk metal nonbesi, dan terutama dikenal sebagai produsen ritsleting terbesar di dunia. YKK adalah merek dagang terdaftar sekaligus singkatan dari “Yoshida Kogyo Kabushikigaisha”. Dalam bahasa Jepang Artinya “Yoshida Company Limited” atau merupakan sebuah nama perusahaan ritsleting.

“YKK membuat ritsleting yang benar-benar bisa diandalkan, mengirimnya tepat waktu tanpa cela, menawarkan banyak pilihan warna, material, dan gaya serta tidak pernah menjualnya lebih murah” ini merupakan kata Seth Stevenson Jurnalis senior yang pernah menulis untuk New York Times, Well Street Journal dan Slate.¹ Grup ini juga memiliki perusahaan YKK AP yang memproduksi bahan bangunan. Kantor pusat berada di distrik Chiyoda, Tokyo.

Jenis	: Perseroan terbatas
Industri/jasa	: Metal nonbesi, mesin
Didirikan	: 1 Januari 1934
Pendiri	: Tadahiro Yoshida
Kantor pusat	: Tokyo, Jepang
Daerah layanan	: Global

Tokoh penting Tadahiro Yoshida (Direktur
Utama, CEO)

Direktur Perwakilan dan Wakil Ketua: Yoshinori
Kitano, Kiyoshi Taie

¹ Hestianingsih, Rabu 11 April 2018
<https://m.detik.com/wolipop/fashion-news/d-3964849/ini-arti-ykk-yang-selalu-kamu-lihat-di-hampir-semua-ritsleting-baju>, diakses Pada Tanggal 26 Juli 2019 jam 20.45 Wib.

Situs web : www.ykk.com atau www.ykk.co.id

Grup YKK sekarang memiliki sejumlah 132 perusahaan yang tersebar di 60 negara dan teritori, dengan total pabrik dan kantor di sejumlah 672 lokasi. Total jumlah pegawai adalah 41 ribu orang, dengan perincian 18 ribu di Jepang dan 23 ribu di seluruh dunia (data 31 Desember 2006). Grup YKK terdiri dari tiga bidang usaha: produk pengancing/ritsleting, produk bahan bangunan, dan enjiniring mesin. Perusahaan yang berada di bawah grup YKK dikelompokkan menjadi 6 kelompok berdasarkan lokasi geografis: Jepang, Asia Timur, ASEAN-Asia Selatan-Oseania, Eropa-Timur Tengah-Afrika, Amerika Utara-Amerika Tengah, dan Amerika Selatan.

Di Indonesia, Grup YKK memiliki PT YKK Zipper Indonesia, PT Andityawarman, PT YKK Zipco Indonesia, dan PT YKK Fasco Indonesia. Jumlah pabriknya di Jabotabek sekitar 10.

b. Sejarah Berdirinya YKK Corporasi

Pada bulan Januari 1934, Tadao Yoshida mendirikan perusahaan bernama San-es Shōkai di Higashi Nihonbashi, Tokyo. Perusahaan ini bergerak di bidang produksi dan penjualan ritsleting. Pada bulan Februari 1938, San-es Shokai berganti nama sebagai Yoshida Kōgyōsho, dan diubah menjadi perseroan terbatas pada bulan Februari 1942.

Pada bulan Mei 1945, pabrik habis terbakar ketika terjadi Serangan Udara atas Tokyo dalam Perang Dunia II. Setelah membeli bengkel besi Uozu Tekkousho K.K. di kota Uozu, Yoshida Kōgyōsho berganti nama menjadi Yoshida Kōgyō Kabushikigaisha. YKK dijadikan sebagai merek dagang Yoshida Kogyo Kabushikigaisha sejak bulan Januari 1946.

Pada tahun 1951, kantor pusat dipindahkan dari Higashi Nihonbashi, Tokyo ke Nihonbashi Bakuro-chō, distrik Chuo, Tokyo. Pabrik YKK di kota Kurobe, Prefektur Toyama dibuka pada bulan Mei

1955. Pada tahun ini pula, YKK memperkenalkan produk baru merek Conceal yang tidak memperlihatkan gigi ritsleting. Sesudah itu, bulan Agustus 1958, kantor pusat dipindahkan ke Asakusa Kaminarimon, di distrik Taito, Tokyo.

Pada November 1959, YKK mendirikan anak perusahaan di Selandia Baru. Perusahaan ini didirikan untuk memproduksi dan memasarkan ristleting di Selandia Baru, dan sekaligus merupakan perluasan usaha YKK yang pertama di luar Jepang. Di Amerika Serikat, YKK membuka kantor pertamanya pada tahun 1960. Selanjutnya, YKK mulai memproduksi dan memasarkan produk bahan bangunan dari aluminum sejak bulan November 1961.

Kantor pusat di lokasi yang sekarang (distrik Chiyoda, Tokyo) mulai ditempati YKK sejak bulan Juni 1963. Setelah itu, YKK mendirikan pabrik di Prefektur Kagawa, Shikoku (April 1972), pabrik di Prefektur Miyagi, Tohoku (Juni 1974), dan pabrik di Prefektur Kumamoto, Kyushu (Februari 1975). Pada bulan Desember 1984, YKK memulai bisnis real estat di Singapura, dan diikuti bisnis produk pertanian di Brazil (Januari 1985). Sejak bulan September 1986, YKK mendirikan pabrik terpadu pertamanya di Indonesia, dan mulai memproduksi produk bahan bangunan dari aluminum. Pada bulan Agustus 1994, Yoshida Kogyo Kabushikigaisha berganti nama menjadi YKK Corporation. Selanjutnya pada bulan Oktober 2003, Grup Manufaktur Produk Bangunan digabung dengan YKK AP.²

2. Gambaran Umum KSU Padurenan Jaya

a. Nama Instansi, Alamat, dan Sejarah

Nama Instansi : Koperasi Serba Usaha (KSU)
Padurenan Jaya

Nama Ketua : H. Ghufron, M.Pd

² https://id.m.wikipedia.org/wiki/YKK_Group (diakses Pada Tanggal 17 Mei 2019 Pada Jam 16.30 WIB)

Alamat : Jl. Kyai Hasyim Gang.1 Nomor 4
Padurenan Gebog Kudus 59354
Telp : (0291) 425 7234/085-640-567-83

b. Sejarah Berdirinya KSU Padurenan Jaya

Koperasi ini didirikan dengan berbadan hukum nomor: 503/208/BU/21/2009 yang kemudian diberi nama Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya. Secara resmi koperasi ini berdiri pada tanggal 22 April 2009 dan diresmikan oleh Bupati Kudus pada periode itu. Adapun mengenai perjanjian yang berkaitan dengan usaha yang akan dijalankannya, koperasi tersebut sudah memiliki ijin resmi sebagai berikut:

- 1) NPWP : 02.680.087.0-506.000
- 2) SIUP : Nomor: 510/438/11.25/PK/25.03/2010
- 3) TDP : 11.25.23.65.00188

Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus terletak sekitar 7 km dari pusat kota Kudus. Di Desa Padurenan terdapat sekitar 180 UKM pengrajin Bordir dan Konfeksi, yang bertumbuh kembang secara alami sejak belasan bahkan puluhan tahun. Dari Pengrajin tersebut dapat mampu menyerap sekitar 1500 tenaga kerja. Dari populasi usaha tersebut, sekitar 65% merupakan unit usaha konfeksi dan 35% adalah unit usaha bordir. Sebagian besar hasil produk dipasarkan di wilayah Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, dan daerah lainnya.

Dengan terpilihnya Bapak Bibit Waluyo sebagai Gubernur Provinsi Jawa Tengah, pada tahun 2008 dicetuskan suatu gerakan Bali Ndeso Mbangun Ndeso dengan harapan pembangunan desa di Jawa Tengah bisa dilaksanakan secara terpadu sinergis oleh semua pihak sehingga akan mampu mempercepat pemberdayaan pedesaan.

Sejalan dengan program tersebut diatas telah dikembangkan Desa Padurenan sebagai Desa Produktif Klaster Bordir dan Konfeksi oleh KBI Semarang bersama dengan stakeholder terkait yaitu Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi dan Kependudukan Provinsi Jawa Tengah, Balai Besar Peningkatan Produktivitas

(BBPP) Direktorat Jendral Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas, Depnakertrans RI, Bank Jawa Tengah, GTZ red dan Pemerintah Kabupaten Kudus. Program tersebut ditandai dengan launching pada tanggal 5 Agustus 2009 disertai penandatanganan Dokumen Kesepakatan Kerjasama (MOU) antara para pihak tersebut diatas yaitu No: 11/ 37/ DKBU/ BPBU/ SM,563/ 6298/, B173/ lattas BBPP/VII/09,4525/HT.01.02/2009 dan 59 tahun 2009.³

Adapun Visi Program Pengembangan klaster Bordir dan Konfeksi di Desa Padurenan Kudus adalah menjadikan Desa Padurenan sebagai Klaster wisata yang memiliki produktivitas serta daya saing industri yang tinggi sehingga menjadi penggerak bagi pertumbuhan ekonomi desa sekitarnya. Sedangkan Misi Program adalah:

- a) Pemberdayaan masyarakat di Desa Produktif Padurenan sebagai manusia yang religius, kreatif, produktif, dan memiliki etika bisnis serta modal sosial yang tinggi.
- b) Mendorong keterlibatan aktif dari aparatur pemerintah dalam membangun fisik / infrastruktur serta stakeholder terkait dalam peningkatan daya saing industri bordir dan konfeksi sehingga mendukung terwujudnya Klaster Bordir dan Konfeksi di Desa Produktif Padurenan Kudus.
- c) Mendorong tumbuhnya berbagai industri pendukung serta jaringan usaha yang bersinergi untuk meningkatkan daya saing Klaster Bordir dan Konfeksi di Desa Produktif Padurenan Kudus.

Bahwa Sesuai dengan Visi yang telah dirancangan dalam Pengembangan Desa Produktif padurenan adalah: Menjadikan Desa Padurenan sebagai Klaster Wisata (*Wisata Belanja Bordir dan Konfeksi*) yang memiliki produktivitas serta daya saing

³ Wwww.ksupadurenanjaya.com. (diakses pada tanggal 10 Mei 2019 jam 19.00 WIB).

industri yang tinggi sehingga menjadi penggerak bagi pertumbuhan ekonomi desa sekitarnya.

Sejalan dengan program tersebut di atas bahwa produk unggulan yang ada di Desa Padurenan adalah Bordir dan Konfeksi. Dari data yang ada terdapat 180 pengusaha/UMKM yang terdiri dari 98 konfeksi, 59 Bordir, dan 23 lainnya. Dari sejumlah pengusaha Bordir dan Konfeksi tersebut mereka telah merintis untuk mendirikan sebuah Koperasi yang bernama *KSU Padurenan Jaya*.

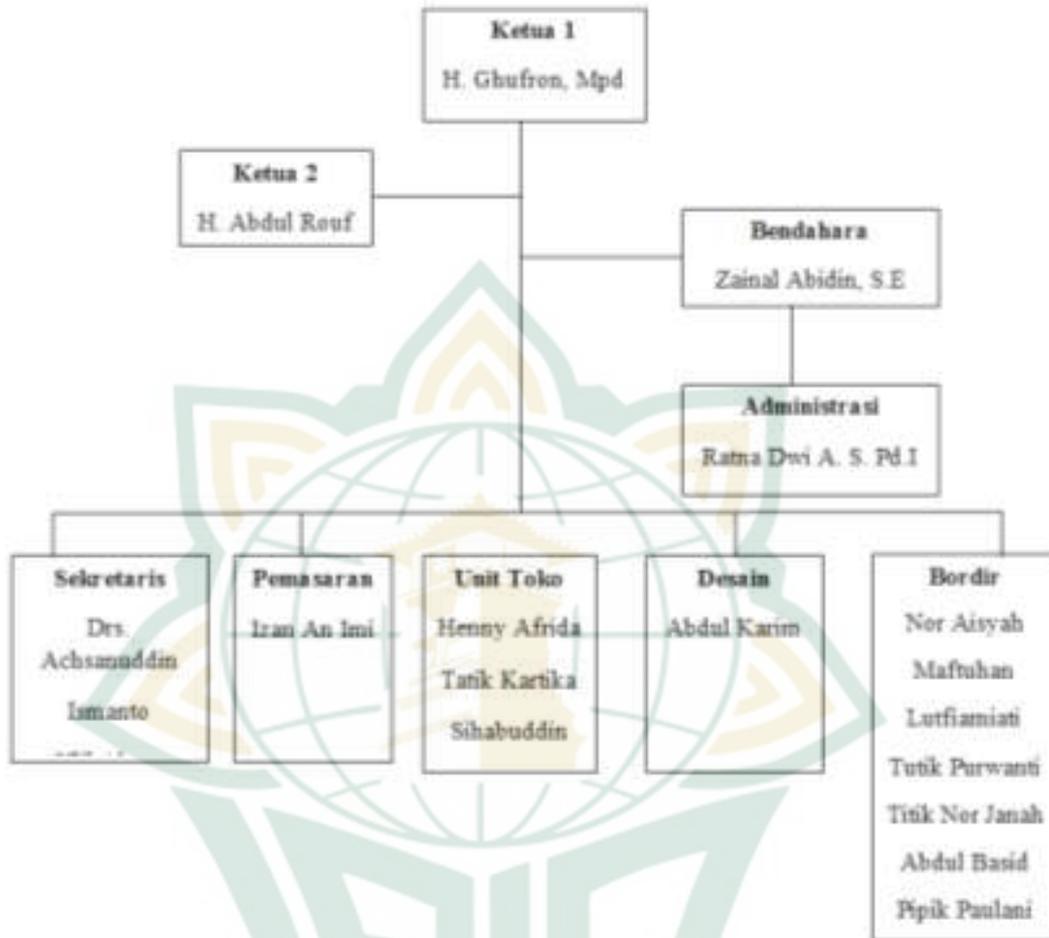
Dalam pengembangan klaster Bordir dan Konfeksi Padurenan, bertindak sebagai manajemen klaster (*Cluster Management*) adalah Koperasi Serba Usaha (KSU) Padurenan Jaya dengan nomor akte pendirian adalah: 503/208/BH/21/2009, Anggota KSU Padurenan Jaya sebagian besar adalah pelaku usaha Konfeksi dan bordir, yang hasil Produksinya dipasarkan ke Pasar-pasar tradisional yang terbesar di wilayah Indonesia yaitu Jawa Tengah, Jawa timur, Bali, NTB, dan Kalimantan. Keberadaan koperasi ini sebenarnya ditujukan untuk lebih mengembangkan potensi Padurenan Sentra Cluster UKM yang memproduksi bordir dan konfeksi. Ada beberapa UKM yakni produsen tas, makanan, dan juga pedagang.⁴

c. Struktur Organisasi/ Filosofi Perusahaan

Setiap usaha diperlukan struktur organisasi agar usaha lebih mudah dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Hal ini dijadikan pedoman dalam pembagian tugas dan tanggung jawab antara pemimpin dan karyawan.

⁴ www.ksupadurenanjaya.com. (diakses pada tanggal 10 Mei 2019 jam 19.10 WIB).

Gambar 4.1
Struktur KSU Padurenan Jaya Kudus



Dalam struktur organisasi diatas sudah diatur tugas masing-masing sesuai dengan kedudukannya. Tugas ketua adalah sebagai pengambil suatu keputusan yang ada di KSU Padurenan Jaya, karena ketua memiliki posisi yang paling penting bahkan tertinggi kedudukannya. Sedangkan tugas sekretaris adalah mencatat atau membuat laporan apa saja yang berkaitan dengan kegiatan operasional baik itu pemasukan maupun pengeluaran yang ada di KSU Padurenan Jaya Kudus. Sedangkan tugas bendahara adalah mengurus seluruh kegiatan administrasi yang ada di KSU Padurenan Jaya Kudus.

Selanjutnya pada bagian unit toko bertugas mengecek semua barang yang hampir habis atau apa yang sedang diperlukan toko. Sedangkan pada unit

bordir bertugas mengerjakan pesanan bordir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Sedangkan bagian desain bertugas mendesain pesanan pelanggan agar sesuai dengan permintaan. Dan bagian pemasaran yakni memasarkan semua produk yang dijual maupun dihasilkan di KSU Padurenan Jaya.⁵

d. Ruang Lingkup Produk/Jasa

1) Produk Bordir Komputer

Dalam pengembangan usaha KSU Padurenan Jaya juga melayani jasa bordir komputer dengan kualitas dan harga yang bersaing, pelayanan yang efektif dan efisien, serta ditunjang dengan mesin yang berkualitas serta tenaga ahli dibidangnya. Pelayanan jasa bordir baju koko, gamis, kebaya, tempat tisu, mukena, jaket club, seragam kantor, bordir *barge* sekolah, nama, dan lain sebagainya.

2) Jasa Koperasi Serba Usaha

a) Devisi Toko (Bahan Baku dan Penolong)

KSU Padurenan Jaya juga mempunyai sebuah toko penyedia bahan baku dan penolong, antara lain: berbagai macam kain, benang jahit, benang bordir *double* penguin, benang bordir polos, kancing hem, kancing celana, berbagai macam resleting mulai dari merk Matrix, DM, Nusantara, KTT, AMCO, dan YKK, dan berbagai macam perlengkapan dan bahan penolong jahit lainnya.

b) Devisi Simpan Pinjam

KSU Padurenan Jaya sebagai salah satu wadah untuk pengumpulan Modal dari anggota yaitu berupa Produk Simpanan Pokok, Wajib, Simpanan Suka Relu dan Simpanan Khusus. Dan selanjutnya disalurkan melalui kredit kepada anggota KSU Padurenan Jaya. Khusus

⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Sihabuddin di KSU Padurenan Jaya Pada Tanggal 9 Mei 2019.

unit pinjam hanya bisa dipergunakan oleh anggota KSU Padurenan Jaya.

c) Unit Pemasaran

Untuk lebih mendorong dalam pemasaran produk anggota KSU Padurena Jaya, di kantor KSU Padurenan Jaya telah disediakan tempat *display* produk konfeksi dan bordir. Beberapa contoh produknya ada: Mukena Bordir, Kain Bordir, Jas, Hem untuk laki-laki, aksesoris, dan lain sebagainya.

Seiring dengan kemajuan teknologi, KSU Padurenan Jaya juga mulai mengembangkan pemasaran produknya dengan sistem online, yang bertujuan agar masyarakat luas dapat mengakses produknya secara mudah. Dan untuk itu KSU Padurenan Jaya memiliki sebuah Web dengan alamat www.Padurenanjaya.com dan jugajika ingin memesan produk bisa hubungi melalui email di admin@padurenanjaya.com.

d) Devisi Riset dan Development (R&D)

Untuk mengembangkan desain produk dan kualitas KSU Padurenan Jaya juga memfasilitasi anggotanya dengan berbagai pelatihan, studi banding, diskusi antar anggota sehingga anggota KSU Padurenan Jaya mempunyai kapabilitas dan kualitas SDM yang memiliki daya saing tinggi.

e) Unit *Washing Denim*

Dalam upaya peningkatan produk kualitas ekspor KSU Padurenan Jaya telah mengembangkan unit *washing* (cuci kain) yang meliputi pencucian kain denim, *soft denim*, dan lain sebagainya.⁶

⁶ www.ksupadurenanjaya.com. (diakses pada tanggal 10 Mei 2019 jam 19.30 WIB).

e. Standar Operasional Pengerjaan/Operator Bordir

1) Umum

Pada bagian umum ini, berisi mengenai peraturan umum yang sering dilakukan oleh pekerja. Seperti bekerja dari hari senin sampai dengan minggu, waktu kerja dibagi menjadi dua shift dengan ketentuan bahwa shift pertama dari pukul 06.30 wib sampai dengan 14.30 wib, sedangkan shift kedua mulai dari pukul 14.30 wib sampai dengan 22.30 wib, dan jika ada lembu maka diatur berdasarkan kebutuhan pekerjaan bordir operasi.

2) Standart pekerjaan operator bordir

Saat mengoperasikan mesin bordir, karyawan juga memiliki standar pengoperasiannya, hal ini bertujuan agar tidak ada kesalahan dalam pengerjaan orderan. Adapun beberapa ketentuan yang harus dikerjakan oleh operator bordir yakni Karyawan datang sesuai jadwal yang telah ditentukan. Sebelum melakukan pekerjaan karyawan diharuskan untuk berdoa terlebih dahulu, setelah itu mengecek pekerjaan di papan pekerjaan lalu baca order plan yang disertakan dalam bahan pekerjaan bordir. Setelah pergantian shift maka operator yang baru datang harus meminta informasi kepada operator sebelumnya tentang pekerjaan yang akan dikerjakan dan operator shift sebelumnya wajib memberikan informasi pekerjaan yang akan dikerjakan kepada shift selanjutnya.

Meminta informasi kepada bagian penerima order atau desain apabila ada kendala dalam pemahaman pekerjaan bordir. Semua pekerjaan bordir dilakukan dengan teliti dan hati-hati serta meningkatkan kecermatan dalam penempatan bordir. Setelah selesai proses bordir, hasil pekejaan ditata rapi lalu cek kembali hasil bordir. Sebelum meninggalkan pekerjaan persiapkan pekerjaan yang akan dikerjakan shift

selanjutnya (minimal pekerjaan sudah dilaksanakan 50%).⁷

3) Standar Pengoperasian Mesin Bordir

Sebelum mengoperasikan mesin bordir, maka berikan dulu pelumas oli agar mesin bordir tidak seret dan mudah rusak. Dalam pengoperasian mesin bordir itu harus pada speed: 750. Pastikan frame penjepit bentang kiri dan kanan terpasang dengan kuat. Chek juga esi pengait bagian atas (bendeng terpasang minimal 2 besi). Dan letakkan bidang ditempat yang telah disediakan.

4) Apabila terjadi kesalahan bordir atau cacat

Jika kesalahan terjadi 100% akibat tidak mematuhi SOP bordir maka seluruh tanggungjawab perbaikan bahkan penggantian bahan akan dibebankan kepada operator. Apabila pekerjaan terjadi cacat karena kecelakan yang tidak disengaja, maka kerugian atau perbaikan akan menjadi tanggungjawab koperasi.

5) Gaji karyawan operator bordir

Gaji karyawan bordir adalah sebesar 25% dari perhitungan harga stitches yang telah ditentukan dalam penerimaan bordir. Dan gaji karyawan akan dibayarkan setiap awal bulan, setelah dilakukan perhitungan.⁸

f. Standart Pelayanan Order Unit Bordir

Pada bagian penerimaan order bordir, admin harus memastikan bahwa customer itu memiliki identitas lengkap (nama, nomor telepon, dan alamat). Mengenai bahan orderan diterima setelah diserahkan customer ke penerima pekerjaan bordir. Admin juga harus meminta penjelasan terhadap customer tentang: Jenis bahan yang dibordir, jumlah bahan yang dibordir, meminta desain gambar atau sketsa pekerjaan yang akan dibordir, meminta penjelasan posisi tempat

⁷ Pamfled di KSU Padurenan Jaya Kudus, Edisi, Januari, 2016.

⁸ Pamfled di KSU Padurenan Jaya Kudus, Edisi, Januari, 2016.

border, meminta penjelasan warna border, dan memberikan estimasi harga bordir.

Setelah admin meminta semua data-data yang diperlukan dalam pemesanan bordir, maka selanjutnya adalah mengecek ulang jumlah bahan yang akan dibordir, mengecek kesiapan bahan yang akan dibordir, jangan lupa untuk menulis dibuku order border, dan pengerjaan bordir dilakukan sesuai jadwal yang telah ditentukan.

g. KPJ Payment KSU Padurenan Jaya

KSU Padurenan Jaya juga melayani pembayaran rekening listrik pascabayar, melayani pembayaran BPJS, lalu pembelian token listrik Prabayar, pembayaran rekening non tagihan listrik (Non-Taglis) PLN, pembayaran pasang baru listrik, apabila ada perubahan daya listrik juga bisa, perubahan tarif listrik, pembayaran rekening telepon PSTN (rumah, kantor atau telepon lokal). Juga melayani pembayaran tagihan Telkom (Speedy, IndiHome, TransVision).

Lalu melakukan pembayaran tagihan flexi pascabayar, pembayaran tagihan Telkom vision atau Yes Tv, selanjutnya pembayaran PDAM (PALYJA maupun AETRA), juga pembayaran langganan TV Kabel (Indovision, Orange TV dan AORA TV), Pembayaran Multi Finance (Columbia Finance, OTO, WOM, MAF&MCF), lalu pembayaran tagihan kartu kredit semua bank (Visa&Mastercard), pembayaran pulsa pascabayar (Kartu Halo, XPLOR, Matrix, Esia&Smartfren), dan pembelian pulsa elektrik all operator (Telkomsel, Indosat, XL, bahkan Tiketing (Kereta Api dan Pesawat).⁹

h. Standart Operasional Prosedure (SOP) Unit Toko

Fungsi seorang pramuniaga/Penjaga Toko secara umum adalah sebagai berikut: Membantu coordinator dan supervisor dalam mengelola merchandise/barang dagangan dicounter (area penjualan/Toko). Sedangkan fungsi seorang

⁹ Pamfled di KSU Padurenan Jaya Kudus, Edisi, Januari, 2016.

pramuniaga/Penjaga Toko secara khusus adalah sebagai berikut: Membentuk kepercayaan pelanggan terhadap *performance* perusahaan (toko) dan kualitas barang yang dijual, menanyakan kebutuhan pelanggan dan membantu memilihkan barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, menjawab pertanyaan pelanggan dan melayani *complain* dari pelanggan dengan baik, menginformasikan kualitas barang sampai dengan cara perawatannya kepada pelanggan, dan melaksanakan standar layanan pramuniaga / penjaga toko dengan baik.

Seorang pramuniaga juga memiliki beberapa tanggung jawab yang wajib dilakukan yakni harus bias mencapai produktifitas kerja yang maksimal, mencapai target sales, memajang barang dengan mendahulukan mengisi rak / display yang stoknya kosong sesuai dengan system FIFO (*First In First Out*), memajang sesuai dengan pengelompokan barang (*Grouping*) dan disesuaikan dengan ukuran, warna, besar packing atau barang dan tidak menutupi barang yang ada di dekatnya, memajang barang sesuai dengan besarnya ruang pajang yang disiapkan dan dilakukan pengontrolan dengan teliti secara terus-menerus untuk menghindari kehilangan (*Shrinkage*), memasang label dan tiket penunjuk harga / price tag diletakkan secara benar dan lengkap, bertepatan dengan penempatan pemajangan barang (kiri bawah barang), memindahkan barang yang rusak dari *display* ke tempat yang telah ditentukan.

Seorang pramuniaga juga harus selalu menjaga kebersihan dan kerapian atas barang dan tempat *display*, selalu memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan pada customer, baik informasi secara langsung / yang benar-benar membutuhkan, memonitor stock barang setiap hari untuk memaksimalkan penjualan dengan cara cek stock barang di *display* catat yang kosong laporkan pada supervisor / senior staf, selalu memonitor stock barang dan mengisi kembali jika didapatkan kekosongan pada display. Selalu melakukan pengecekan dan

penggantian tiket harga / *price tag* dan *signage* atas informasi barang yang mengalami perubahan harga dan memastikan tiket harga sudah terpasang sesuai dengan penempatan barang, melakukan control atau penyisiran terhadap semua barang rusak atau bermasalah serta mengembalikan semua barang-barang batal yang ditinggalkan customer untuk dikembalikan ke tempat semula, yang paling penting adalah bertanggung jawab penuh terhadap *shrinkage* dan kehilangan barang, dan juga bertanggung jawab terhadap senior staf / kepala toko / supervisor.

Wewenang pramuniaga KSU Padurenan Jaya Kudus yakni: memasukkan pembaharuan system kerja, penataan, dan pemajangan barang yang siap dijual, meminta nasehat petunjuk dan bimbingan dari atasan dan atau rekan kerja apabila mengalami kesulitan, dan juga meminta fasilitas yang dapat memperlancar pekerjaan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab.

Larangan bagi pramuniaga KSU Padurenan Jaya Kudus yakni: Menilai dan menghakimi pelanggan, melakukan perdebatan dengan pelanggan, apabila ada pelanggan datang dilarang acuh tak acuh dengan pelanggan, bergerombol dan ngobrol berlama-lama diarea kerja, jangan sampai pelanggan itu menunggu terlalu lama, berjalan beramai-ramai diarea penjualan saat jam buka took, jangan sampai meletakkan tangan di saku atau dibelakang punggung saat melayani, memberikan atau menjanjikan sesuatu kepada pelanggan, dengan seenaknya meninggalkan counter tanpa ijin, makan minum, terima telephon lewat hp di counter, saat melayani pelanggan, dan bahkan Melakukan transaksi di luar kassa.¹⁰

Kegiatan pramuniaga KSU Padurenan Jaya Kudus yakni: Buka toko pukul 07.15 wib dan tutup toko 16.00 wib. Sebelum buka took, pramuniaga harus membersihkan area penjualan, merapikan, menyusun dan memajang barang jangan lupa untuk memeriksa

¹⁰ Pamfled di KSU Padurenan Jaya Kudus, Edisi, Januari, 2016.

kebersihan Fixture dan area penjualan lainnya, memeriksa kelengkapan label harga, memeriksa persediaan barang atau stock barang, selalu mengikuti meeting atau pengarahan, dan selalu mengenakan semua perlengkapan kerja.

Selama operasi toko berlangsung, pramuniaga harus Menyambut pelanggan dengan sapaan dan senyuman yang ramah (3S: Senyum Sapa Salam), menjaga dan merapikan barang yang dijual, Mengisi kembali barang yang telah dijual, mengambil alih tugas teman yang sedang cuti atau off atau sakit, mengucapkan terima kasih kepada pelanggan, harus menjaga keamanan barang yang dijual dan selalu menjaga kebersihan area penjualan.

Menjelang tutup toko, pramuniaga mengucapkan sapaan selamat sore dan terima kasih, silahkan datang kembali kepada pelanggan, menutup barang-barang jualan dengan kain penutup, selalu memastikan area penjualan aman dari bahaya kebakaran dan mengikuti pengarahan dari atasan.

Performance Appraisal (PA) merupakan suatu penilaian atas kinerja seseorang yang dilaksanakan secara sistematis dan terukur dalam suatu periode tertentu yang bertujuan untuk dapat menilai serta memberikan evaluasi secara objective. Yang mana ungsi *performance appraisal* adalah:

- a) Indikator pencapaian hasil kerja pramuniaga setiap periode
- b) Media identifikasi kebutuhan pelatihan
- c) Sarana evaluasi dan perbaikan serta peningkatan kinerja
- d) Dasar perencanaan dan pengembangan karir
- e) Dasar pengambilan keputusan tertentu oleh pihak manajemen¹¹

¹¹ Pamfled di KSU Padurenan Jaya Kudus, Edisi, Januari, 2016.

B. Deskripsi Responden

Analisis deskriptif dilakukan terhadap responden penelitian untuk mengetahui karakteristik responden. Identitas responden yang diungkap dalam penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan lama bekerja. Pada penelitian ini responden didapat dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen dengan jumlah 100 konsumen. Berikut gambaran umum identitas responden dalam penelitian ini, meliputi:

1. Deskripsi Umur Responden

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang umur responden sebagai berikut:

Tabel 4.1 Umur Responden

Umur	Jumlah	Presentase (%)
< 20	18	18 %
20-29	64	64 %
30-39	14	14 %
> 40	4	4 %
Total	100	100 %

Sumber: *Data primer yang diolah, 2019.*

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang berumur < 20 tahun sebanyak 18 %, yang berumur 20-29 tahun sebanyak 64 %, yang berumur 30-39 tahun sebanyak 14 %, dan yang umurnya > 40 tahun sebanyak 4 %. Sehingga dapat diketahui bahwa jumlah responden yang banyak adalah yang berumur 20-29 tahun sebanyak 64 %.

2. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang umur responden sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	42	42 %
Perempuan	58	58 %
Total	100	100 %

Sumber : *Data primer yang diolah, 2019.*

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 42 % dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 58 %, sehingga dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 58 %.

3. Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang umur responden sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
SD/Sederajat	6	6 %
SMP/Sederajat	12	12 %
SMA/Sederajat	82	82 %
S1	0	0 %
Total	100	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah responden yang berpendidikan terakhir SMA/Sederajat yaitu sebanyak 82 %.

4. Deskripsi Lama Responden Bekerja

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang umur responden sebagai berikut:

Tabel 4.4
Lama Responden Bekerja

Lama Responden Bekerja	Jumlah	Presentase (%)
< 1 Tahun	6	6 %
1-5 Tahun	63	63 %
6-10 Tahun	29	29 %
>10 Tahun	2	2 %
Total	100	100 %

Sumber: *Data primer yang diolah, 2019.*

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah responden yang sudah bekerja selama 1-5 tahun dengan banyak sejumlah 63 %.¹²

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui jawaban responden tentang pertanyaan yang terdapat di dalam butir kuesioner yang merupakan indikator atau rincian dari variabel penelitian. Analisis deskriptif juga untuk mengetahui berapa besar presentase jawaban responden pada setiap alternatif jawaban yang ada.

1. Variabel Harga

Variabel harga terdiri dari 4 indikator, dimana masing-masing indikator mempunyai 4 butir kuesioner yang diajukan untuk responden. Tiap butir kuesioner terdapat 5 pilihan jawaban yang meliputi sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju. Yang masing-masing jawaban diberi nilai 1-5.

¹² Hasil Data Primer, pada hari Selasa Tanggal 14 Mei 2019, Pukul 14.00 WIB.

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden Harga

Variabel	Item	Total (STS/1)	Total (TS/2)	Total (R/3)	Total (S/4)	Total (SS/5)	Total
Harga (X ₁)	P1	13 13%	23 23%	31 31%	28 28%	5 5%	100 100%
	P2	4 4%	11 11%	16 16%	64 64%	5 5%	100 100%
	P3	0 0%	7 7%	49 49%	37 37%	7 7%	100 100%
	P4	0 0%	15 15%	51 51%	30 30%	4 4%	100 100%

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Dari hasil penelitian pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju dan setuju terhadap item-item harga. Meskipun ada jawaban dari responden yang menyatakan masih ragu pada item nomor 3 dan 4. Tetapi hal tersebut tidak menjadi masalah, dengan adanya keraguan maka konsumen KSU Padurenan Jaya Kudus ingin jika harga dari ritsleting YKK tidak terlalu mahal.

2. Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk terdiri dari 3 indikator, dimana masing-masing indikator mempunyai 4 butir kuesioner yang diajukan untuk responden.

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden Kualitas Produk

Variabel	Item	Total (STS/1)	Total (TS/2)	Total (R/3)	Total (S/4)	Total (SS/5)	Total
Kualitas Produk (X ₂)	P1	0 0%	0 0%	7 7%	24 24%	69 69%	100 100%
	P2	0 0%	0 0%	6 6%	26 26%	68 68%	100 100%
	P3	0 0%	0 7%	3 3%	30 30%	67 67%	100 100%
	P4	0 0%	0 0%	4 4%	22 22%	74 74%	100 100%

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Dari hasil penelitian pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju dan setuju terhadap item-item kualitas produk, yang berarti konsumen KSU Padurenan Jaya Kudus ingin jika kualitas dari ritsleting YKK itu bagus.

3. Variabel Saluran Distribusi

Variabel saluran distribusi terdiri dari 4 indikator, dimana masing-masing indikator mempunyai 6 butir kuesioner yang diajukan untuk responden.

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden Saluran Distribusi

Variabel	Item	Total (STS/1)	Total (TS/2)	Total (R/3)	Total (S/4)	Total (SS/5)	Total
Saluran Distribusi (X ₃)	P1	0 0%	3 3%	13 13%	34 34%	50 50%	100 100%
	P2	0 0%	6 6%	12 12%	33 33%	49 49%	100 100%
	P3	0 0%	3 3%	9 9%	32 32%	56 56%	100 100%
	P4	0 0%	4 4%	9 9%	30 30%	57 57%	100 100%
	P5	0 0%	2 2%	10 10%	32 32%	56 56%	100 100%
	P6	0 0%	2 2%	9 9%	34 34%	55 55%	100 100%

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Dari hasil penelitian pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju dan setuju terhadap item-item Saluran distribusi, yang berarti konsumen KSU Padurenan Jaya Kudus ingin jika saluran distribusi dari ritsleting YKK itu lancar.

4. Keputusan Pembelian

Variabel keputusan pembelian terdiri dari 4 indikator, dimana masing-masing indikator mempunyai 6 butir kuesioner yang diajukan untuk responden.

Tabel 4.8
Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian

Variabel	Item	Total (STS/1)	Total (TS/2)	Total (R/3)	Total (S/4)	Total (SS/5)	Total
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0 0%	5 5%	15 15%	26 26%	54 54%	100
	P2	0 0%	7 7%	13 13%	25 25%	55 55%	100
	P3	0 0%	5 5%	14 14%	30 30%	51 51%	100
	P4	0 0%	6 6%	11 11%	22 22%	61 61%	100
	P5	0 0%	2 2%	13 13%	24 24%	61 61%	100
	P6	0 0%	4 4%	11 11%	24 24%	61 61%	100

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2019

Dari hasil penelitian pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju dan setuju terhadap item-item Keputusan pembelian, yang berarti konsumen KSU Padurenan Jaya Kudus ingin jika keputusan pembelian dari ritsleting YKK itu baik.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan angket atau kuesioner. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Tingkat kevalidan instrument penelitian ini

diketahui melalui uji validitas dengan menggunakan *Program SPSS Windows release 24* yang dilakukan terhadap kuesioner dengan 20 butir pertanyaan melalui sampel uji coba validitas instrument sebanyak 40 non-responden. Nilai r_{tabel} untuk $N=30$ dengan $df=3$ taraf kepercayaan (signifikansi) 5% yaitu sebesar 0,361. Sedangkan untuk r_{tabel} pada 100 responden sebesar 0,195 dengan tingkat signifikansi 5%.

Valid tidaknya suatu kuesioner dapat ditentukan dengan cara membandingkan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dengan r_{hitung} . Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka kuesioner dikatakan valid, sedangkan apabila r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} maka kuesioner dikatakan tidak valid. Dibawah ini merupakan tabel hasil uji Non-responden dan 100 responden.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Non-Responden

Variabel	Item	<i>Corrected Item- Total Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	keterangan
Harga (X1)	P1	0,406	0,361	Valid
	P2	0,717	0,361	Valid
	P3	0,623	0,361	Valid
	P4	0,631	0,361	Valid
Kualitas Produk (X2)	P1	0,673	0,361	Valid
	P2	0,754	0,361	Valid
	P3	0,807	0,361	Valid
	P4	0,681	0,361	Valid
Saluran Distribusi (X3)	P1	0,600	0,361	Valid
	P2	0,551	0,361	Valid
	P3	0,528	0,361	Valid
	P4	0,593	0,361	Valid

	P5	0,495	0,361	Valid
	P6	0,512	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,621	0,361	Valid
	P2	0,520	0,361	Valid
	P3	0,591	0,361	Valid
	P4	0,647	0,361	Valid
	P5	0,605	0,361	Valid
	P6	0,591	0,361	Valid

Sumber: *Data primer yang diolah, 2019.*

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas 100 Responden

Variabel	Item	<i>Corrected Item- Total Correlation (r hitung)</i>	r tabel	keterangan
Harga (X1)	P1	0,469	0,195	Valid
	P2	0,519	0,195	Valid
	P3	0,608	0,195	Valid
	P4	0,543	0,195	Valid
Kualitas Produk (X2)	P1	0,561	0,195	Valid
	P2	0,557	0,195	Valid
	P3	0,628	0,195	Valid
	P4	0,612	0,195	Valid
Saluran Distribusi (X3)	P1	0,343	0,195	Valid
	P2	0,519	0,195	Valid
	P3	0,519	0,195	Valid
	P4	0,588	0,195	Valid
	P5	0,523	0,195	Valid

	P6	0,517	0,195	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,584	0,195	Valid
	P2	0,486	0,195	Valid
	P3	0,565	0,195	Valid
	P4	0,530	0,195	Valid
	P5	0,406	0,195	Valid
	P6	0,561	0,195	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195) dan bernilai positif. Dengan demikian butiran pertanyaan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas di uji menggunakan *program SPSS Windows 24*. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dengan taraf signifikan 5%. Instrument dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

Berdasarkan uji reliabilitas dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Non-Responden

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Harga	0,719	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,790	0,60	Reliabel
Saluran Distribusi	0,712	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,738	0,60	Reliabel

Sumber: *Data primer yang diolah, 2019*

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Harga	0,666	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,713	0,60	Reliabel
Saluran Distribusi	0,684	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,697	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* keempat variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel.

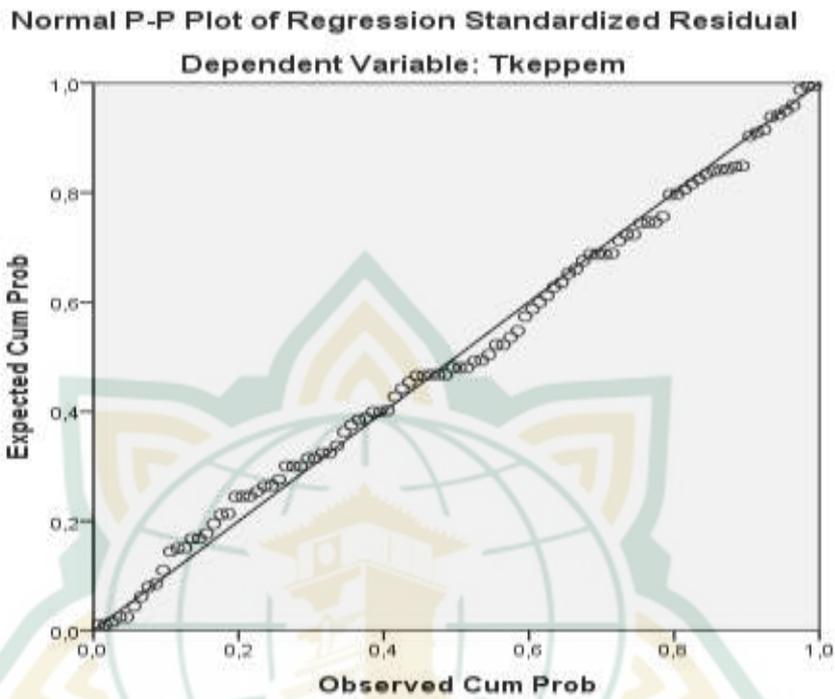
E. Uji Prasyarat

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, nilai residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah model yang memberikan nilai residual yang memenuhi asumsi normalitas yaitu nilai $\text{sig} > \alpha$ (taraf signifikan = 0,05).

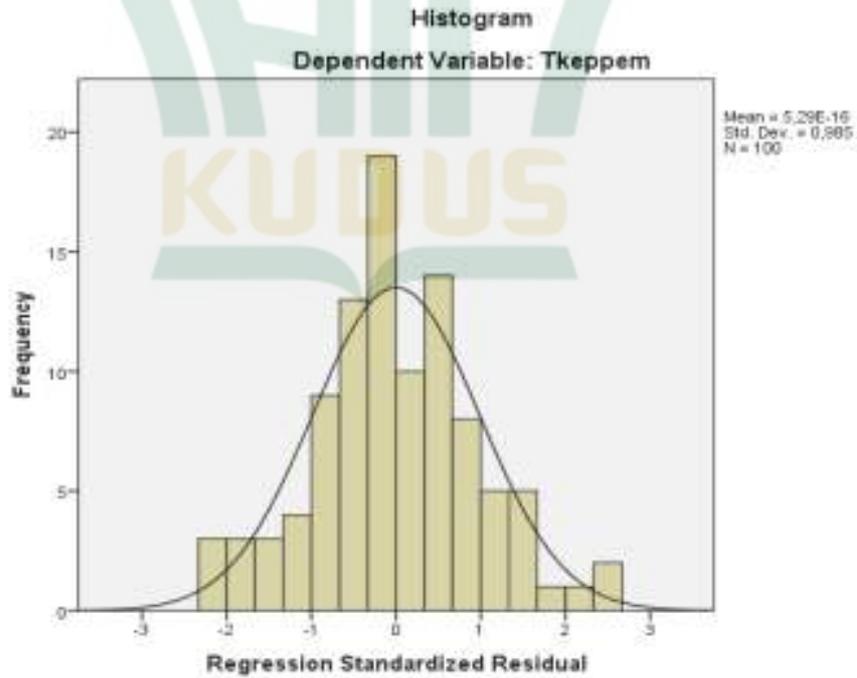
Salah satu cara untuk normalitas residual adalah berdasarkan normal probability plot dimana data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram yang menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS 24 diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.2
Uji Normalitas I



Sumber: *Data primer yang diolah, 2019*

Gambar 4.3
Uji Normalitas II



Sumber: *Data primer yang diolah, 2019*

Dengan melihat tampilan grafik Histogram maupun grafik *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena merupakan model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

2. Uji Autokorelitas

Uji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Waston. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,393 ^a	,155	,128	1,34461	1,934

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : *Data primer yang diolah, 2019*

Berdasarkan hasil uji SPSS di atas, mengetahui nilai autokorelasi dengan metode Durbin-Watson dengan melihat nilai dl dan nilai du. Nilai dl dan nilai du diperoleh dari tabel Durbin-Watson, dimana dalam penelitian ini memiliki nilai k-1.

Tabel 4.14
Analisis Autokorelasi dengan Metode Durbin-Waston

D	Dl	Du	4-dl	4-du
1,934	1,6131	1,7364	2,3869	2,2636

Berdasarkan tabel di atas nilai Durbin-Watson (d) sebesar 1,934. Dapat disimpulkan bahwa nilai $du < d < 4-du$. Maka penelitian ini dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi karena $1,7364 < 1,934 < 2,2636$.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi hubungan yang kuat antara variabel *independent*. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak interkorelasi antar variabel *independent* salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas ini adalah menggunakan metode tolerance dan VIF. Apabila nilai toleransi $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi. Berikut adalah nilai VIF pada model penelitian ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,008	4,179		2,394	,019		
	Harga	,226	,099	,219	2,287	,024	,961	1,040
	Kualitas	,317	,151	,200	2,094	,039	,961	1,041
	Saluran	,277	,119	,218	2,321	,022	,999	1,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

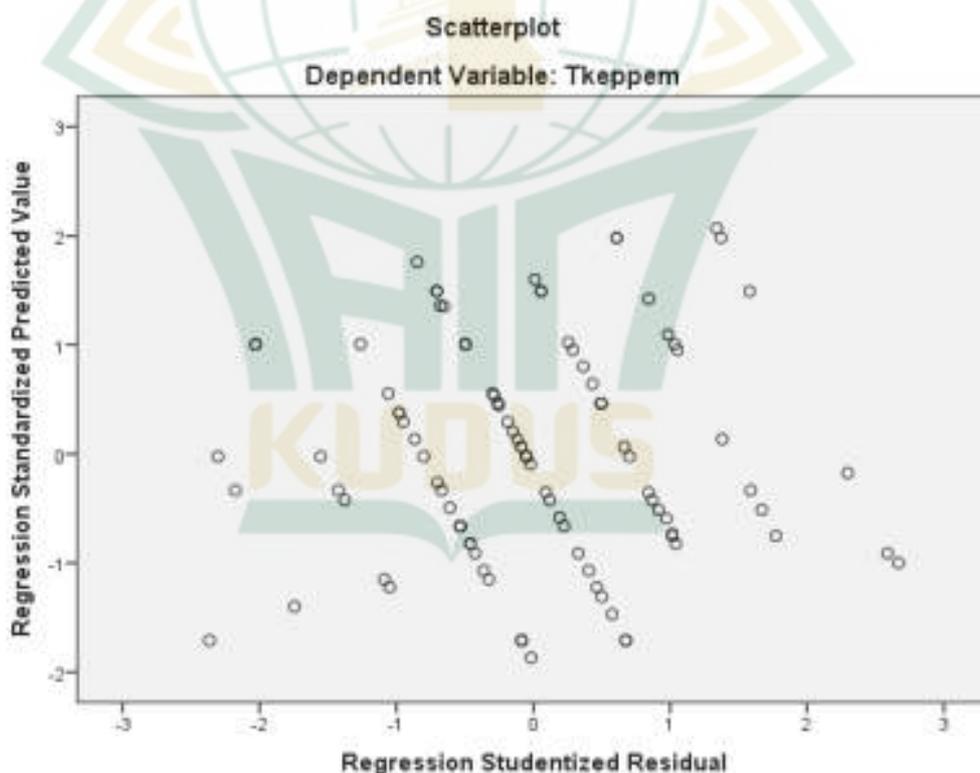
Sumber: *Data primer yang diolah, 2019*

Berdasarkan hasil uji SPSS di atas diketahui bahwa nilai tolerance adalah $0,961 > 0,10$ sedangkan nilai VIF dari tabel di atas adalah $1,040 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas atas variabel *independent* dalam penelitian ini.

4. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik. Dengan kata lain homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Dibawah ini adalah hasil uji heteroskedastisitas:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil out put *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

F. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Gebog Kudus. Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Regresi Linear Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien	Sig.
Konstanta	10,008	0,19
Harga (X1)	0,226	0,24
Kualitas Produk (X2)	0,317	0,39
Saluran Distribusi (X3)	0,277	0,22

Sumber : *Data Primer yang diolah, 2019.*

Data hasil di atas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 10,008 + 0,226 X_1 + 0,317 X_2 + 0,277 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel *dependen* (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel

X₁ = Variabel *independen* (Harga)

X₂ = Variabel *independen* (Kualitas Produk)

X₃ = Variabel *independen* (Saluran Distribusi)

e = *Error estimasi*

Dari persamaan diatas, dapat dianalisis beberapa hal antara lain:

- a. Konstanta sebesar $\alpha = 10,008$ memberikan arti bahwa jika tanpa adanya pengaruh dari variabel independen, harga (X₁) Kualitas Produk (X₂) dan Saluran Distribusi (X₃) nilainya adalah 0, maka rata-rata

- variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) mempunyai nilai konstanta sebesar 10,008.
- b. Nilai koefisien regresi harga 0,226. Hal ini berarti bahwa jika harga (X_1) terjadi kenaikan 100% maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 2,26%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan keputusan pembelian, semakin baik harga maka keputusan pembelian semakin meningkat.
 - c. Koefisien regresi kualitas produk 0,317. Hal ini berarti bahwa jika kualitas produk (X_2) terjadi kenaikan 100%, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 3,17%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian, semakin baik kualitas produk maka keputusan pembelian semakin meningkat.
 - d. Koefisien regresi saluran distribusi 0,277. Hal ini berarti bahwa Saluran Distribusi (X_3) terjadi kenaikan 100%, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 2,77%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara saluran distribusi dengan keputusan pembelian, semakin baik saluran distribusi maka keputusan pembelian semakin meningkat.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Uji signifikansi parameter individual ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t hitung. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$. (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t tabel diperoleh $df = (100-3-1$ yakni 96) dengan signifikansi 5% adalah 1.985. secara lebih rinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji Parsial (Uji Statistik T)

Variabel	B	Std. Error	Beta	T-hitung	Sig.	Ket
Harga (X1)	,226	,099	,219	2,287	,024	Hipotesis diterima
Kualitas Produk (X2)	,317	,151	,200	2,094	,039	Hipotesis diterima
Saluran Distribusi (X3)	,277	,119	,218	2,321	,022	Hipotesis diterima

Sumber: *Data primer yang diolah, 2019.*

Berdasarkan data tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.17 diperoleh nilai t hitung sebesar 2,287 dan t tabel 1,985 ini berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,287 > 1,985$) dengan *P value (sig)* sebesar 0,024 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel harga dengan hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Harga (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus.

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.17 diperoleh nilai t hitung sebesar 2,094 dan t tabel 1,985 ini berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,094 > 1,985$) dengan *P value (sig)* sebesar 0,039 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk dengan hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus.

c. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.17 diperoleh nilai t hitung sebesar 2,321 dan t tabel 1,985 ini berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,321 > 1,985$) dengan P value (sig) sebesar 0,022 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel saluran distribusi dengan hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Saluran Distribusi (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus.

3. Uji Signifikansi (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa:

Tabel 4.18
Hasil Uji Signifikansi (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,794	3	10,598	5,862	,001 ^b
	Residual	173,566	96	1,808		
	Total	205,360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Dari hasil data diatas dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 5,862 ini menunjukkan bahwa ketiga variabel *independen* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara ketiga variabel. Besarnya

koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol suatu persamaan regresi, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel *independen* terhadap nilai variabel *dependennya*. Sebaliknya, semakin mendekati suatu persamaan regresi, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

Dalam penelitian ini, variabel *dependen* atau terikat (Y) adalah Keputusan Pembelian. Dan variabel *independen* atau variabel bebas adalah Harga, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi. Hasil analisis dengan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,393 ^a	,155	,128	1,34461

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2019.*

Dari hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* dalam tabel adalah 0,128. Angka *R Square* disebut juga dengan koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien determinasi 0,155 sama dengan 1,55%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 0,155% tingkat kepuasan pembelian yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan Harga, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi. Sedangkan sisanya ($100\% - 15,5\% = 84,5\%$) disebabkan oleh faktor-faktor lainnya. Dengan kata lain, kemampuan menerangkan besarnya pengaruh harga, kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 15,5% sedangkan sisanya sebesar 84,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Sedangkan *Standar Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1,34461, semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel *dependen*.

5. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis berguna untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

Dari data responden yang diolah oleh program SPSS 24, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Hipotesis pertama: Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.17 diperoleh nilai t hitung sebesar 2,287 dan t tabel 1,985 ini berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,287 > 1,985$) dengan P value (sig) sebesar 0,024 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus.

Oleh karena itu, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan Harga (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus.

b. Hipotesis kedua: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.17 diperoleh nilai t hitung sebesar 2,094 dan t tabel 1,985 ini berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,094 > 1,985$) dengan P value (sig) sebesar 0,039 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus.

Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus.

c. Hipotesis ketiga: Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.17 diperoleh nilai t hitung sebesar 2,321 dan t tabel 1,985 ini berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,321 > 1,985$) dengan P value (sig) sebesar 0,022 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat

diambil kesimpulan bahwa variabel saluran distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di KSU Padurenan Jaya Kudus.

Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan Saluran Distribusi (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Responden terdiri dari konsumen yang kebetulan bertemu dengan peneliti di KSU Padurenan Jaya Kudus untuk memperoleh data penelitian. Yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen di KSU Padurenan Jaya Kudus yang menjadi fokus penelitian. Adapun teknik yang digunakan peneliti dalam menyebarkan kuesioner adalah dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan mendampingi dalam pengisian kuesioner.

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus

Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Harga juga bersifat sangat relatif. Jika seorang pembeli mempunyai kesempatan untuk membeli barang dan jasa yang sama dengan harga lebih rendah, maka ia akan melakukannya.¹³

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus. Responden yang dominan dalam penelitian ini adalah perempuan karena yang mengetahui produk ritsleting di KSU kebanyakan adalah perempuan. Dengan adanya harga yang relatif lebih murah akan membuat konsumen lebih tertarik membeli ritsleting di KSU Padurenan Jaya

¹³ Santri Zulaicha dan Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi dan Bisnis* 4, no 2, (2016): 125.

Kudus dibandingkan dengan toko lainnya. Kebanyakan konsumen yang membeli adalah sebagian dari karyawan unit usaha bordir dan konveksi sekitar Desa Padurenan, sehingga waktu yang mereka miliki pun sedikit karena harus mengejar orderan yang sedang dikerjakan, sehingga saat peneliti hendak menyodorkan kuesioner membuat konsumen harus terburu-buru untuk mengisinya.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sarini Kodu (2013) tentang “Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza” yang dilakukan pada konsumen mobil Toyota Avanza. Yang menunjukkan Variabel Harga (X_1) nilai t_{hitung} 3.339 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan $0,001 < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Manado.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus

American Society for Quality Control mendefinisikan kualitas sebagai fitur-fitur dan karakteristik-karakteristik dari sebuah produk atau jasa secara keseluruhan yang berpusat pada kemampuan produk atau jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah dinyatakan atau tersirat. Kualitas memiliki beberapa atribut berbeda. Ada 8 dimensi dasar yang menentukan kualitas dari produk atau jasa tertentu.¹⁴

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus. Kualitas dari produk itu sendiri merupakan salah satu hal yang paling penting dalam terciptanya sebuah produk. Dengan adanya kualitas yang baik maka konsumen akan terus membelinya dan akan memberitahu kepada semua

¹⁴ Ricky W. Griffin, *Manajemen*, Edisi ketujuh, Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2004), 208.

orang atau bisa juga disebut pemasaran melalui *Word Of Mouth* (Dari Mulut ke Mulut) bahwa ritsleting YKK merupakan ritsleting yang memiliki kualitas bagus. Sehingga dengan cara tersebut tentunya dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Robert Gain, Christian Herdinata, dan Krismi Budi Sienatra yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt”. Dengan hasil bahwa nilai sig. uji t variabel kualitas produk adalah sebesar 0,025 (sig. \leq 0,05) dan hal ini memperlihatkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial atau individual terhadap keputusan pembelian konsumen Vodkasoda Shirt.

3. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus

Pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan).¹⁵

Penelitian ini menunjukkan bahwa pendistribusian yang baik akan membuat konsumen lebih senang karena setiap kali konsumen datang ke KSU Padurenan Jaya ritsleting yang dicari itu selalu ada, karena stok yang dimiliki oleh KSU sudah dapat diprediksi sebelumnya. Dan apabila stok ritleting mau habis, admin segera order. Agar kosumen tidak kecewa apabila ingin membeli ritleting di KSU Padurenan Jaya Kudus.

¹⁵ Menurut Tjiptono, dalam jurnalnya Imam Heryanto, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 9, no 2 (2015): 84.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruslina Yulaika yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk, Iklan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian *Shopping Goods* Melalui Media Online”, dengan hasil variabel Saluran Distribusi menunjukkan nilai t hitung = 3.609 lebih besar dari t tabel 1,960 dan $p = 0.000 < 0,05$ yang berarti Saluran Distribusi berpengaruh bagi Keputusan Pembelian *shopping goods* melalui media online.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus

Penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian Ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus signifikan secara bersama-sama, hal ini dapat dilihat pada nilai F sebesar 5,862 ini menunjukkan bahwa ketiga variabel *independen* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruslina Yulaika yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk, Iklan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian *Shopping Goods* Melalui Media Online”, dengan hasil bahwa F_{hitung} adalah sebesar 10.007. Harga ini selanjutnya dikonsultasikan dengan harga F_{tabel} dengan derajat kebebasan dan taraf signifikansi 5 % diperoleh F_{tabel} sebesar 3,878 atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada Pengaruh Atribut Produk, Iklan, dan saluran distribusi dengan Keputusan Pembelian produk. Dalam perhitungan komputer diperoleh koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,326 dan koefisien determinansi (R^2) sebesar 0,106, sehingga variabel keputusan pembelian dapat diperjelas oleh tiga prediktornya yaitu Atribut produk, iklan, saluran distribusi. Hal ini juga diperkuat dengan adanya sumbangan efektif dari ketiga variabel bebas secara bersama-sama sebesar 81.93 %.

Selain jurnal dari Ruslina Yulaika di atas, terdapat juga penelitian dari Imam Heryanto yang menyatakan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi R^2 (*R Square*) bernilai 0,847 atau 84,70%. Yang mana nilai ini adalah hasil penjumlahan pengaruh variabel produk (X1) sebesar 25,95%, variabel harga (X2) sebesar 21,37%, variabel distribusi (X3) sebesar 19,02%, variabel promosi (X4) sebesar 18,36%. Sedangkan sisanya adalah kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini yang paling dominan adalah variabel produk, hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa pada dasarnya terdapat konsep alat pemasaran teknis dan terkendali yang dilaksanakan secara terpadu untuk mendapatkan respon dari para pelanggannya. Sehingga sangat perlu untuk diperhatikan peranan dari faktor-faktor produk, harga, distribusi, dan promosi dalam kaitannya dengan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.