



P-ISSN 2655 - 2922
E-ISSN 2656 - 632X



Volume 2 Nomor 1 Tahun 2020

Pengaruh Kurs dan Produk Domestik Bruto Terhadap Neraca Transaksi Berjalan Melalui Pendekatan *Error Correction Model* (ECM)
Ina Namora Putri Siregar dan Fuji Astuty

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen *MONSTER.INC* Cianjur)
Andre Syaputra dan Dekrita Komarasakti

Pengaruh Laporan Arus Kas Terhadap Tingkat Likuiditas (Studi Kasus pada Lembaga Pembiayaan di Bursa Efek Indonesia 2013-2017)
Yogi Atmadijaya, Hilda Purnamawati dan Iyan Sukiman

Aplikasi *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam Menilai Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan pada Perguruan Tinggi Swasta di Wilayah IV B APTISI Jawa Barat
Saepudin, Welly Surjono dan Tevi Leviany

Analisis Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap *Return On Assets*
Yuli Surya Fauzia Pertami, Wiwin Sukiati dan Lulu Kurnia Ningsih

Analisis Peranan *Digital Marketing* Terhadap Minat Berwirausaha (Survey Tempat Kuliner di Kota Cimahi Kelurahan Cimahi Kecamatan Cimahi Tengah)
Devi Intan Setyaningsih dan Hadi Ahmad Sukardi

Pengaruh Citra Merk dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoufit Bandung melalui *Instagram*
Ine Aprianti dan Jihan Putri Krisnawati

Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung



JEMPER
(Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP BANDUNG
Jalan PHH Mustofa No.68 Bandung 40124
Telp.022-7275489,7202841
Fax 022-7201756
E-mail : jemper@usbykp.ac.id or jurnal.m3p@gmail.com
www.jurnal.usbykp.ac.id/index.php/jemper



JEMPER	Volume 2	Nomor 1	Halaman 1 - 57	Bandung Januari 2020	P-ISSN 2655 - 2922 E-ISSN 2656 - 632X
--------	----------	---------	----------------	-------------------------	--

JEMPER(Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)

<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/jemper>



EDITOR IN CHIEF

R. Aryanti Ratnawati

MANAGING EDITOR

Hadi Ahmad Sukardi

EDITOR BOARD

Bambang Susanto

Fitria Lilyana

Rusmin Nuryadin

Tahmat

Eva Rachmawati

REVIEWER

Prof.Dr.Muhardi,SE.,M.Si

Universitas Islam Bandung, Indonesia

Dr.Duddi Rudianto,SE.,M.Si

Universitas Bakrie, Indonesia

Dr.Hj.Erna Garnia,SE.,M.Si

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, Indonesia

Dr.Nenny Hendajany,S.Si.,SE.,MT

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, Indonesia

PRELIMINARY

JEMPER merupakan suatu jurnal yang menjadi kumpulan artikel ilmiah yang fokus pada bidang ekonomi, manajemen dan perbankan.

Volume kedua diterbitkan pada bulan Januari Tahun 2020. Tim Redaksi JEMPER telah menerima belasan artikel ilmiah dari para *author*, baik dari akademisi maupun praktisi.

Namun dalam proses review tidak semua artikel bisa dimuat sehingga pada edisi Vol.2 No.1 ini, hanya beberapa artikel yang bisa kami (Tim Redaksi) terbitkan yakni sebanyak 7 artikel ilmiah.



JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume 2
Nomor 1
Halaman 1 - 57
Bandung, Januari 2020

p-ISSN : 2655 - 2922
e-ISSN : 2656 - 632X

ALAMAT REDAKSI

Program Studi S1 Manajemen & D3 Keuangan dan Perbankan

Fakultas Ekonomi

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

Gedung B Lantai 2

Jl.PHH Mustopa 68 Bandung 40125

DAFTAR ISI

Pengaruh Kurs dan Produk Domestik Bruto Terhadap Neraca Transaksi Berjalan melalui Pendekatan *Error Correction Model* (ECM)

(1 - 10) Ina Namora Putri Siregar dan Fuji Astuty

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen *Monster.INC* Cianjur)

(11 - 18) Andre Syaputra dan Dekrita Komarasakti

Pengaruh Laporan Arus Kas Terhadap Tingkat Likuiditas (Studi Kasu pada Lembaga Pembiayaan di Bursa Efek Indonesia 2013-2017)

(19 - 26) Yogi Atmadijaya, Hilda Purnamawati dan Iyan Sukiman

Aplikasi *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam Menilai Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan pada Perguruan Tinggi Swasta di Wilayah IVB APTISI Jawa Barat

(27 - 36) Saepudin, Welly Surjono dan Tevi Leviany

Analisis Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap *Return On Assets*

(37 - 43) Yuli Surya Fauzia Pertami, Wiwin Sukiati dan Lulu Kurnia Ningsih

Analisis Peranan *Digital Marketing* Terhadap Minat Berwirausaha (Survey Tempat Kuliner di Kota Cimahi Kelurahan Cimahi Kecamatan Cimahi Tengah)

(44 - 49) Devi Intan Setyaningsih dan Hadi Ahmad Sukardi

Pengaruh Citra Merk dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung melalui *Instagram*

(50 - 57) Ine Aprianti dan Jihan Putri Krisnawati



**PENGARUH KURS DAN PRODUK DOMESTIK BRUTO
TERHADAP NERACA TRANSAKSI BERJALAN
MELALUI PENDEKATAN
ERROR CORRECTION MODEL (ECM)**

Ina Namora Putri Siregar¹

Universitas Prima Indonesia Medan
inanamoraputri@gmail.com

Fuji Astuty²

Universitas Prima Indonesia Medan
fujiastuty424@gmail.com

Abstract

The current account balance has increased compared to previous years, but the increase looks slow. So it is feared in global developments, especially those that could pose risks to the overall balance of payments. This study aims to provide empirical evidence about the factors affecting the current account which include the exchange rate and Gross Domestic Product. The current account balance is used to assess external economic stability in Indonesia. This research method uses a quantitative approach. And the data used are time series data from 1997 to 2017 using eviews 9. The model used is multiple linear regression model. The analysis was conducted in a short-term effect using Ordinary Least Square analysis techniques and Error Correction Mechanism. The results showed that the exchange rate had a positive and not significant effect, while the gross domestic product was significant.

Keywords : *Current Account Balance, Kurs, Gross Domestic Product and Error Correction Mode*

Abstrak

Neraca transaksi berjalan meningkat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, namun peningkatannya terlihat lambat. Sehingga dikhawatirkan dalam perkembangan global, terutama yang dapat menimbulkan risiko pada keseluruhan neraca pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi transaksi berjalan yang meliputi nilai tukar dan Produk Domestik Bruto. Neraca transaksi berjalan digunakan untuk menilai stabilitas eksternal ekonomi di Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dan data yang digunakan adalah data deret waktu dari periode 1997 hingga 2017 dengan menggunakan eviews 9. Model yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Analisis dilakukan dalam efek jangka pendek menggunakan teknik analisis Ordinary Least Square dan Error Correction Mechanism. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tukar berpengaruh positif dan tidak signifikan, sedangkan produk domestik bruto signifikan.dari negatif.

Kata Kunci : *Neraca Transaksi Berjalan, Kurs, Produk Domestik Bruto dan Mode Koreksi Kesalahan*



PENDAHULUAN

Perdagangan internasional memiliki pengaruh pada perekonomian bahkan terhadap seluruh sendi kehidupan bagi Indonesia. Salah satu ciri kegiatan perdagangan internasional adalah adanya ekspor dan impor dimana kegiatan ini tercatat di dalam neraca transaksi berjalan dan merupakan salah satu komponen dari neraca pembayaran. Neraca transaksi berjalan merupakan salah satu indikator penting dalam menunjukkan performance makroekonomi suatu negara dari sisi eksternal, yang juga merupakan cerminan dari perekonomian internal, seperti ekspor dan impor di sektor riil, serta penerimaan dan pengeluaran di sektor fiskal (pemerintah). Neraca transaksi berjalan yang positif (surplus) mencerminkan bahwa negara tersebut meminjamkan kelebihan tabungannya ke luar negeri, sehingga stok net aset bertambah, sedangkan neraca transaksi berjalan yang negatif (defisit) mengimplikasikan negara tersebut kekurangan dana tabungan untuk investasi domestik, sehingga harus meminjam / berutang ke negara lain (Asmarani, 2015)

Hal ini dikarenakan apabila terjadi defisit secara terus menerus pada neraca transaksi berjalan akan mengganggu stabilitas perekonomian Indonesia. Pemerintah mengintervensi untuk membantu menstabilkan neraca transaksi berjalan melalui kebijakan moneter. Kebijakan moneter berupa tindakan pemerintah (melalui Bank Indonesia) untuk mempengaruhi situasi makro yang dilaksanakan melalui pasar uang, dengan cara mempengaruhi kebijakan nilai tukar dan tingkat bunga yang berlaku di pasar uang. (Saputra & Maryatmo, 2016).

Sehingga defisit neraca transaksi berjalan dapat diatasi melalui peningkatan ekspor dan mengurangi impor. Adapun perkembangan neraca transaksi berjalan dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1
Neraca Transaksi Berjalan Periode 2013 – 2017

Tahun	Neraca Transaksi Berjalan (Juta USD)
2013	- 29.109
2014	- 27. 510
2015	- 17.519
2016	- 16.952
2017	- 16.196

Sumber : Data diolah dengan Eviews

Dari Tabel 1 menunjukkan tahun 2017, neraca transaksi berjalan masih mengalami defisit meskipun lebih baik bila dibandingkan defisit tahun sebelumnya. Perubahan kondisi defisit transaksi berjalan ini dikarenakan adanya peningkatan dari surplus neraca perdagangan nonmigas. Namun, masih terdapat defisit karena impor migas terjadi peningkatan. Diantaranya sektor transportasi dan neraca pendapatan primer untuk pembayaran repatriasi dari hasil investasi asing. Sedangkan di kuartal IV masih mengalami defisit. Hal ini dikarenakan menurunnya surplus neraca perdagangan barang dan peningkatan defisit neraca jasa. Kondisi ini bersumber dari kenaikan impor, disertai menguatnya kebutuhan berinvestasi dan kegiatan produksi yang melampaui dari kenaikan ekspor. Meskipun neraca transaksi berjalan mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, namun peningkatannya terlihat lambat. Bila ini terjadi seperti ini dikhawatirkan dalam perkembangan global, khususnya yang dapat memberikan risiko bagi kinerja neraca pembayaran secara keseluruhan antara lain terkait normalisasi kebijakan moneter di beberapa negara maju, tekanan geopolitik di beberapa kawasan serta naiknya harga minyak dunia.

Dengan demikian neraca transaksi berjalan sangat penting artinya bagi suatu negara. Melalui transaksi berjalan dapat memberikan gambaran keadaan perekonomian suatu

negara. Selain itu, nilai defisitnya neraca transaksi berjalan dapat menimbulkan krisis negara yang bersangkutan. Oleh karena itu sangatlah penting bagi para ekonom dalam memperhatikan perkembangan transaksi berjalan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Banyak faktor yang mempengaruhi neraca transaksi berjalan, salah satunya adalah faktor makroekonomi. Semakin baik dan stabil kondisi makroekonomi maka diharapkan neraca transaksi berjalan akan semakin surplus yang juga pada akhirnya akan mempengaruhi neraca pembayaran suatu negara. (Wijaya, 2019)

Salah satu yang mempengaruhi neraca transaksi berjalan adalah nilai tukar. Pada saat nilai tukar rupiah terhadap dolar AS mengalami depresiasi, berarti terjadi penurunan nilai mata uang rupiah. Hal ini menyebabkan naiknya harga barang luar negeri atau harga barang dalam negeri lebih murah, dalam hal ini maka sebuah negara akan mengurangi kegiatan impor, neraca transaksi berjalan akan menjadi surplus. Begitu pula sebaliknya, jika rupiah mengalami apresiasi, maka harga barang luar negeri relative lebih murah ketimbang harga barang dalam negeri. Hal ini membuat impor lebih dominan ketimbang ekspor. Kelebihan impor inilah yang menyebabkan defisit neraca transaksi berjalan. (Amzar2, 2017)

Menurut (Ariyani, Priyanto, & Yuliati, 2018) bahwa Otoritas moneter dituntut untuk memperkuat operasi moneter untuk mendukung stabilisasi nilai tukar dan kontrol likuiditas, dan meningkatkan peninjauan mata uang asing untuk mengendalikan defisit neraca transaksi berjalan.

Dilihat dari keterkaitan antara variabel-variabel yang mempengaruhi neraca transaksi berjalan akan menunjukkan semakin pentingnya sinkronisasi dalam kebijakan ekonomi sehingga dapat memperbaiki kinerja neraca transaksi berjalan. Bank Indonesia memiliki wewenang dalam kebijakan moneter (BI rate) dan kebijakan stabilisasi nilai tukar harus memperhatikan bagaimana dampaknya terhadap sektor riil (Handoko, 2015).

Selain kurs, yang dapat mempengaruhi neraca transaksi berjalan yaitu produk domestik bruto. Produk Domestik Bruto menggambarkan suatu kondisi pertumbuhan perekonomian negara. Hal ini dikarenakan Produk domestik bruto menunjukkan suatu kemampuan konsumen domestik dalam membeli barang-barang konsumsi. Maka, bila produk domestik bruto mengalami peningkatan akan menyebabkan peningkatan belanja masyarakat terhadap barang-barang, termasuk barang impor suatu negara. Sehingga hal itu dapat memperburuk kondisi neraca transaksi berjalan. Sebaliknya, apabila produk domestik bruto mengalami penurunan yang akan menimbulkan belanja barang-barang termasuk barang impor suatu negara akan mengalami penurunan.

Penelitian (Ariyani et al., 2018) bahwa nilai variabel kurs mempunyai pengaruh negatif dan signifikan dalam jangka panjang pada neraca transaksi di 6 (enam) negara ASEAN. Sedangkan produk domestik bruto, tingkat suku bunga dan investasi asing langsung mempunyai pengaruh negatif dan signifikan dalam jangka panjang pada neraca transaksi di 6 (enam) negara ASEAN.

Penelitian (Hung & Gamber, 2010), bahwa kemampuan proyeksi pendekatan absorption menggungguli pendekatan elasticity. Tiga variabel yang secara signifikan berpengaruh negatif terhadap neraca transaksi berjalan adalah nilai tukar riil, pertumbuhan ekonomi AS, dan kekayaan swasta. Sementara itu, variabel pertumbuhan mitra dagang AS dan anggaran belanja AS berpengaruh positif terhadap neraca transaksi berjalan.

Sedangkan menurut (Fazil KAYIKÇI, 2012) dalam penelitiannya bahwa pertumbuhan PDB, investasi, harga minyak dan nilai tukar riil berdampak negatif terhadap neraca transaksi berjalan sedangkan inflasi dan tabungan berdampak positif.

(Clower & Ito, 2012) mengungkapkan bahwa derajat keterbukaan ekonomi, net foreign assets dan pembangunan sektor finansial berpengaruh positif terhadap neraca transaksi berjalan pada sebagian besar negara. Dengan demikian rezim nilai tukar bukanlah faktor utama terhadap persistensi neraca transaksi berjalan, melainkan rezim fixed exchange rate

lebih berpengaruh membuat negara berkembang memiliki neraca transaksi berjalan yang fluktuatif.

LITERATUR

Neraca transaksi berjalan atau current account merupakan neraca yang meliputi perdagangan barang dan jasa, penghasilan (income), serta transfer berjalan (current transfer). Umumnya neraca transaksi berjalan menggambarkan nilai bersih antara sisi debit dan kredit dari seluruh transaksi yang tercatat dalam setiap komponen transaksi berjalan. Transaksi kredit terjadi apabila transaksi tersebut mengakibatkan timbul dan bertambahnya hak penduduk negara yang mempunyai neraca pembayaran internasional untuk menerima pembayaran dari negara lain. Sedangkan debit terjadi apabila transaksi tersebut mengakibatkan timbul dan bertambahnya kewajiban bagi penduduk negara yang mempunyai neraca pembayaran tersebut untuk mengadakan pembayaran kepada penduduk negara lain (Kuncoro, 2015:158). Sedangkan menurut Bank Indonesia (2008) dalam Handoko (2010:3), transaksi berjalan (current account) mengukur penerimaan dan pengeluaran Indonesia yang berasal dari transaksi barang dan jasa (goods and services), pendapatan (income), dan transfer berjalan (current transfer) dengan bukan penduduk.

Ketidakstabilan neraca transaksi berjalan disebabkan oleh beberapa faktor ekonomi makro baik internal maupun eksternal. Adapun kondisi ekonomi makro eksternal yang dapat mempengaruhi transaksi neraca berjalan disebabkan oleh kondisi perekonomian dunia seperti tingkat pendapatan Negara tujuan ekspor dan tingkat harga barang-barang di luar negeri. Sedangkan kondisi ekonomi makro internal yang dapat mempengaruhi transaksi neraca berjalan yaitu tingkat pendapatan nasional, tingkat suku bunga, harga barang-barang dalam negeri dan jumlah uang beredar. Disamping itu, pengaruh kebijakan fiskal dan kebijakan perdagangan juga dapat mempengaruhi neraca transaksi berjalan. (Sakuntala, 2017)

Menurut Triyono (2008), kurs (Exchange rate) adalah pertukaran antara dua mata uang yang berbeda, yaitu merupakan perbandingan nilai atau harga antara kedua mata uang tersebut. Selain itu kurs merupakan salah satu harga yang lebih penting dalam perekonomian terbuka, karena ditentukan oleh adanya keseimbangan antara permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar, mengingat pengaruhnya yang besar bagi neraca berjalan maupun bagi variabel makroekonomi lainnya (Oktavia, dkk, 2013).

Hubungan kurs dengan neraca transaksi berjalan memiliki hubungan yang berkaitan. Menurut Nopirin (2009) apabila karena suatu hal kurs valuta mengalami apresiasi (nilai mata uang asing meningkat dan nilai mata uang lokal menurun), maka hal ini secara relatif dapat menyebabkan rendahnya harga barang ekspor dibanding harga barang impor. Kondisi ini berpengaruh pada meningkatnya kemampuan ekspor dan menurunnya kemampuan impor. Apabila kemampuan ekspor lebih besar daripada kemampuan impor, maka hal ini dapat menyebabkan surplus neraca transaksi berjalan melalui neraca perdagangan. Demikian sebaliknya, oleh karena itu menurut Keynesian dengan asumsi ceteris paribus, hubungan antara kurs valuta dengan neraca transaksi berjalan adalah positif.

Menurut Supriana (2008:17), Produk Domestik Bruto dapat diartikan sebagai barang dan jasa yang diproduksi (dengan menggunakan faktor produksi milik warga negara maupun milik warga negara asing yang ada di negara tersebut) dalam satu negara pada tahun tertentu.

Tingkat bunga merupakan variabel makro ekonomi terakhir yang diduga mempengaruhi neraca transaksi berjalan. Tingkat bunga adalah ukuran investasi yang dapat diperoleh investor dan juga ukuran biaya modal yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk

menggunakan dana dari investor. Secara umum, tingkat bunga dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

- a. Tingkat bunga nominal merupakan tingkat bunga yang tidak memasukkan unsur/dampak inflasi dan tingkat bunga ini langsung dipublikasikan oleh pihak perbankan.
- b. Tingkat bunga riil merupakan tingkat bunga yang sudah dikoreksi dengan inflasi. Tingkat bunga ini mencerminkan pendapatan oleh penabung yang sudah menghilangkan dampak perubahan harga. Adapun

Menurut Samuelson, 1985 dalam Saputra dan Maryatmo, 2016 bahwa negara yang menetapkan kebijakan moneternya cenderung akan menaikkan suku domestiknya dengan mengalirnya modal ke dalam negeri maka mata uang negara itu akan mengalami apresiasi dengan akibat merosotnya ekspor neto riil. Kebijakan suku bunga yang mempengaruhi aliran modal nantinya akan berdampak pada perubahan nilai tukar rupiah. Nilai tukar yang terdepresiasi akan menyebabkan harga ekspor menjadi lebih tinggi dan sebaliknya saat nilai tukar terdepresiasi maka harga ekspor lebih rendah. Melalui mekanisme suku bunga dan nilai tukar berfungsi sebagai alat mekanisme penyesuaian neraca transaksi berjalan sehingga neraca pembayaran internasional diharapkan selalu dalam keadaan stabil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari website resmi www.bi.go.id, dan www.research.stlouisfed.org yang berbentuk runtun waktu (*time series*). Metode pengumpulan data adalah metode tidak langsung yaitu dokumentasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model dasar persamaan regresi linier berganda dengan metode *Error Correction Mechanism Engle-Granger* (ECM – EG) dalam mengestimasi hubungan jangka pendek antara variabel kurs dan produk domestik bruto dengan neraca transaksi berjalan di Indonesia. Adapun model penelitian menggunakan persamaan regresi linier berganda. Model dasar dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut :

$$CA = f(E, PDB) \dots\dots\dots (1)$$

$$CA = \beta_0 + \beta_1 E + \beta_2 PDB + \varepsilon_i \dots\dots\dots (2)$$

Persamaan (2) diubah ke dalam bentuk persamaan logaritma natural sebagai berikut :

$$\ln CA = \beta_0 + \beta_1 \ln E + \beta_2 \ln PDB + \varepsilon_i \dots\dots\dots (3)$$

Dimana : CA adalah Neraca Transaksi Berjalan, E adalah Kurs, PDB adalah Produk Domestik Bruto, Ln adalah Logaritma natural, β_0 adalah Konstanta, $\beta_1 : \beta_2$ adalah Koefisien regresi, ε_i adalah variabel gangguan (*disturbance error*).

Model logaritma natural adalah model log-log untuk mengukur elastisitas dari variabel. Salah satu ciri model log-log yang menjadikan model ini menjadi populer dalam penggunaannya adalah koefisien kemiringan $\beta_1 : \beta_2 : \beta_3 : \beta_4$ yang mengukur elastisitas Y terhadap X, yaitu persentase perubahan Y jika terjadi persentase perubahan (kecil) dari X. Jika Y menunjukkan kuantitas permintaan barang dan X adalah unit harga, maka $\beta_1 : \beta_2 : \beta_3 : \beta_4$ mengukur elastisitas harga dari permintaan, parameter yang sangat penting dalam ekonomi.

Persamaan model koreksi kesalahan (ECM) – *Engle Granger* dari persamaan (3) yang akan diestimasi, sehingga dapat ditulis sebagai berikut :

$$\Delta \ln CA = \alpha_0 + \alpha_1 \Delta \ln E + \alpha_2 \Delta \ln PDB + \alpha_5 (\ln CA_{t-1} - \beta_0 - \beta_1 \ln E_{t-1} - \beta_2 \ln PDB_{t-1}) + v_i \quad \dots \dots \dots (4)$$

atau dapat ditulis menjadi :

$$d \ln CA = \alpha_0 + \alpha_1 d \ln E + \alpha_2 d \ln PDB + \alpha_3 ECT \quad \dots \dots \dots (5)$$

Dimana :Ln adalah Logaritma Natural, d adalah *First Difference*, ECT adalah *Error Correction Term*, koefisien α_1 , α_2 , adalah koefisien regresi jangka pendek sedangkan koefisien α_3 merupakan koefisien koreksi ketidakseimbangan (*speed of adjustment*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengecekan Pengujian Stasionaritas Data

Tabel 2
Hasil Unit Root Test Pada Tingkat Level

No	Variabel	Level	Prob. ADF	Kesimpulan
1	LnCA	Level	0.5269	Tidak Stasioner
2	E	Level	0.2201	Tidak Stasioner
3	LnPDB	Level	0.8868	Tidak Stasioner

Sumber : Data diolah dengan Eviews

Berdasarkan tabel 2 di atas bahwa hasil empiris dari variabel-variabel menunjukkan tidak ada stasioner di tingkat level. Hal ini dapat dilihat dari probability ADF yang diperoleh lebih besar dari $\alpha = 0.05$. Setelah melakukan uji akar unit maka dilakukan uji stasioneritas data dengan melihat data stasioner pada tingkat *first difference*. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3
Hasil Unit Root Test Pada First Difference

No	Variabel	Level	Prob. ADF	Kesimpulan
1	D(LnCA)	First difference	0.0003	Stasioner
2	D(E)	First difference	0.0005	Stasioner
3	D(LnPDB)	First difference	0.0020	Stasioner

Sumber : Data diolah dengan Eviews

Dari tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel stasioner pada *first difference*. Dan ini dapat dilihat dari probability ADF yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha = 0.05$.

Hasil Estimasi Persamaan Regresi Linier Berganda (Jangka Panjang)

Setelah dilakukan uji akar unit melihat variabel sudah stasioner, maka dilakukan estimasi persamaan regresi linier berganda (persamaan jangka panjang) dengan teknik Ordinary Least Square (OLS). Estimasi persamaan ini untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam jangka panjang. Hasil empiris yang didapat yaitu :

$$LNCA = 74.24991 + 0.523339 * E - 8.093616 * LNPDB \quad \dots \dots \dots (5)$$

Berdasarkan hasil empiris di atas menunjukkan bahwa dalam jangka panjang variabel nilai tukar (E) dan Produk Domestik Bruto (PDB) berpengaruh terhadap neraca transaksi berjalan di Indonesia.

Hasil Pengecekan Pengujian Kointegrasi

Penelitian ini menggunakan uji kointegrasi *Engle-Granger* (EG). Uji ini dilakukan terhadap nilai residual atau variabel gangguan dari persamaan (1). Dari hasil estimasi

bahwa nilai ADF statistik $-4.674842 >$ nilai kritis $\alpha = 5\%$ (-3.020686) dengan nilai *probability* $0.0016 < \alpha = 0.05$. Sehingga menunjukkan bahwa variabel saling berkointegrasi atau mempunyai hubungan jangka panjang.

Hasil Estimasi Persamaan Jangka Pendek (*Error Correction Mechanism*)

Untuk melakukan koreksi dari ketidakseimbangan yang terjadi dalam jangka pendek dengan memasukkan nilai penyesuaian (*adjustment*) menuju pada keseimbangan jangka panjang, untuk itu dilakukan estimasi model ECM dari persamaan (5) dan diperoleh hasil empiris berikut :

$$D(LNCA) = 0.932248 + 0.274263 \cdot D(E) - 8.198015 \cdot D(LNPDB) - 0.718967 \cdot ECT(-1) \dots \dots \dots (6)$$

Berdasarkan hasil empiris dari persamaan (6) dapat diinterpretasikan bahwa nilai koefisien koreksi ketidakseimbangan atau *speed of adjustment* memiliki tanda nilai negatif dan signifikan secara statistik dengan probabilitas ECT $0.0016 < 0.05$. Maka model ECM yang digunakan telah valid (tepat) untuk dipilih menjadi model empirik.

Nilai koefisien dari ECT (*speed of adjustment*) sebesar 0.718967 menunjukkan bahwa ada sebesar 71.89% ketidakseimbangan pada pengaruh jangka pendek perubahan variabel nilai tukar dan produk domestik bruto terhadap neraca transaksi berjalan di Indonesia.

Kenaikan kurs (E) sebesar 1 satuan akan menyebabkan kenaikan neraca transaksi berjalan di Indonesia sebesar 0.274263 satuan.

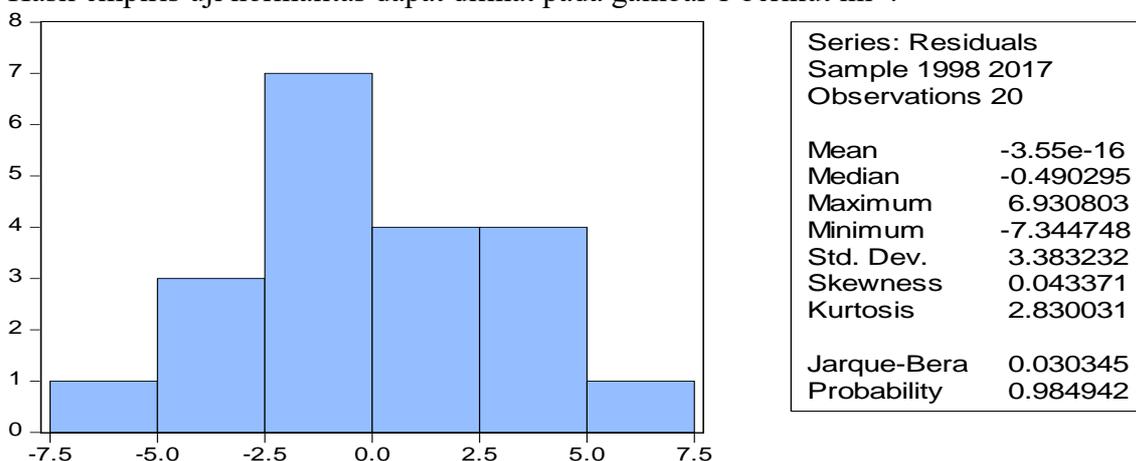
Penurunan produk domestik bruto (PDB) sebesar 1 satuan akan menyebabkan penurunan neraca transaksi berjalan di Indonesia sebesar 8.198015 satuan.

Hasil Pengecekan Pengujian Asumsi Klasik

Untuk pengecekan asumsi klasik diperlukan semua metode yang menggunakan regresi dalam proses analisisnya. Dengan demikian uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi.

Hasil Uji Normalitas

Penggunaan uji normalitas dapat mengetahui apakah residual dari data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan Uji *Jarque – Berra* (J-B test). Hasil empiris uji normalitas dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini :



Gambar 1
Histogram dan Statistik Residual dari Uji Jarque-Bera
 Sumber : Data diolah (Eviews)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 1 menunjukkan bahwa nilai statistik JB-test dengan angka probability $0.984942 > \alpha = 0.05$ dapat disimpulkan tidak signifikan, hal ini berarti menerima hipotesis dan bahwa residual atau faktor pengganggu telah berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Korelasi Variabel-Variabel Independen

Variabel	D(E)	D(LNPDB)
D(E)	1.000000	0.355067
D(LNPDB)	0.355067	1.000000

Sumber : Data diolah (Eviews)

Berdasarkan tabel 4 bahwa nilai koefisien korelasi (r^2) antar variabel bebas tidak ada yang memiliki nilai melebihi 0.9. Namun, untuk lebih memastikan dapat dilakukan uji berikutnya dengan menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) dari nilai korelasi pada tabel 5.4 di atas.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas Dengan Metode VIF

Variabel	D(E)	D(LNPDB)
D(E)	1.000000	1.14426
D(LNPDB)	1.14426	1.000000

Sumber : Data diolah (Eviews)

Dilihat dari hasil empiris tabel 5 bahwa nilai VIF dari korelasi variabel-variabel bebas tidak ada yang melebihi angka 10. Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi

Nilai Durbin Watson (DW) statistik sebesar 1.524426 pada persamaan model ECM (jangka pendek). Uji autokorelasi dengan metode DW yaitu membandingkan nilai DW statistik dengan DW tabel. Jika nilai DW statistik terletak di daerah tidak ada autokorelasi berarti memenuhi asumsi klasik regresi. Untuk mengetahui posisi tersebut dengan mencari nilai d_u dan d_l dari tabel DW. Dalam penelitian ini jumlah sampel $n=21$ dan jumlah variabel $k=2$, nilai $d_l = 1.125$ dan nilai $d_u = 1,538$.

Dari hasil empiris nilai DW hitung berada di daerah tidak dapat disimpulkan. Maka perlu dilakukan uji formal melalui uji *Breusch-Godfrey* (BG). Uji ini dikenal dengan *Lagrange Multiplier test* (LM test). Hasil empiris dari uji LM dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi Metode Breusch-Godfrey
Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.807862	Prob. F(2,14)	0.4655
Obs*R-squared	2.069355	Prob. Chi-Square(2)	0.3553

Sumber : Data diolah (Eviews)

Berdasarkan hasil empiris pada tabel 6 di atas nilai probabilitas *chi-squares* lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$. Maka hipotesis nol (Ho) tidak dapat ditolak, menunjukkan penelitian ini tidak mengandung autokorelasi.

Hasil Uji Statistik Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7
Hasil Uji Statistik

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.932248	0.944978	0.986529	0.3386
D(E)	0.274263	0.130157	2.107170	0.0512
D(LnPDB)	-8.198015	2.445327	3.352523	0.0040
ECT(-1)	-0.728967	0.188955	3.804954	0.0016
F-statistic	10.58196	Prob(F-statistic)		0.000445

Sumber : Data diolah (Eviews)

Dari tabel 7 menunjukkan nilai F statistik adalah 10.58196 dengan probabilitas statistik sebesar 0.000445 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ sehingga ini menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel independen yaitu kurs dan produk domestik bruto, serta *Error Correction Term* (ECT) berpengaruh signifikan terhadap neraca transaksi berjalan di Indonesia.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hasil pengujian secara parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel 7 di atas, hasil ini memperlihatkan dari 2 (dua) variabel *independen* yang diteliti hanya 1 (satu) variabel yang berpengaruh signifikan terhadap neraca transaksi berjalan di Indonesia yaitu variabel kurs. Ini dapat dilihat melalui nilai probabilitas statistik lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sedangkan variabel produk domestik bruto tidak mempengaruhi neraca transaksi berjalan di Indonesia.

Koefisien Determinasi (R²)

Hasil empiris menunjukkan untuk estimasi output persamaan regresi melalui metode ECM, diperoleh nilai *R-squared* sebesar 0.664893 dan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.602060. Dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi (R²) yang digunakan nilai *R-squared* sebesar 0.664893. Maka variasi variabel kurs dan produk domestik bruto mampu dijelaskan sebesar 66,48% variasi variabel neraca transaksi berjalan di Indonesia sedangkan sisanya 33,52% yang dijelaskan oleh variabel-variabel di luar penelitian ini.

SIMPULAN

Hasil estimasi yang diperoleh secara parsial dari penelitian ini bahwa variabel produk domestik bruto berpengaruh negatif dan signifikan sedangkan kurs berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap neraca transaksi berjalan di Indonesia.

Hasil estimasi dalam penelitian ini secara simultan variabel kurs dan produk domestik bruto berpengaruh terhadap neraca transaksi berjalan di Indonesia.

Nilai koefisien yang menjelaskan variabel neraca transaksi berjalan yang terbesar adalah produk domestik bruto kemudian kurs.

Pemerintah diharapkan supaya menjaga nilai mata uang rupiah terhadap mata uang asing supaya perekonomian lebih stabil dengan menerapkan kebijakan devaluasi nilai tukar. Pemerintah diharapkan menjaga pertumbuhan ekonomi dengan mendorong masyarakat dalam berwirausaha sehingga perekonomian nasional mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amzar², B. N. E. Y. V. (2017). Pengaruh harga CPO, harga minyak mentah dunia, harga karet dunia dan kurs terhadap defisit neraca transaksi berjalan Indonesia. *Jurnal Paradigma Ekonomika*.
- Ariyani, N., Priyanto, F. W., & Yuliati, L. (2018). Current account determinants in ASEAN 6. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*. <https://doi.org/10.14414/jebav.v21i2.1419>
- Asmarani, T. E. (2015). The Persistency And The Sustainability Of The Indonesia's Current Account Deficit. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*. <https://doi.org/10.21098/bemp.v17i3.35>
- Clower, E., & Ito, H. (2012). The Persistence of Current Account Balances and its Determinants: The Implications for Global Rebalancing. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2190266>
- Fazil KAYIKÇI. (2012). Determinants of the current account balance in Turkey: Vector auto regression (VAR) approach. *African Journal Of Business Management*. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.1788>
- Handoko, R. (2015). Determinan Neraca Transaksi Berjalan Di Indonesia : Pendekatan Vektor Autoregresif. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*.
- Hung, J. H., & Gamber, E. N. (2010). An absorption approach to modeling the us current account. *Review of International Economics*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9396.2010.00867.x>
- Saputra, T., & Maryatmo, R. (2016). Pengaruh Nilai Tukar dan Suku Bunga Acuan Terhadap Neraca Transaksi Berjalan di Indonesia Periode 2005:1 – 2015: 1 (Pendekatan Error Correction Model). *MODUS*. <https://doi.org/10.24002/modus.v28i1.668>
- Wijaya, E. (2019). Kondisi Makroekonomi Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Neraca Transaksi Berjalan Periode 1999-2016. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i1.1247>

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen *MONSTER.INC* Cianjur)**

Andre Syaputra¹

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
andthere2109@gmail.com

Dekrita Komarasakti²

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
dekritaks@gmail.com

Abstract

This research was conducted to study and analyze the most dominant factors influencing purchasing decisions on Monster.Inc. The analytical method used is descriptive analysis method and multiple linear regression analysis. The data is processed statistically with SPSS version 24, namely the t test model, F test, and the coefficient of determination. The results of this study indicate that: (1) there is a positive and significant influence on the purchase decision of Monster.Inc, as evidenced by the value of $T_{count} (4,783) > T_{table} (1,987)$ and the significance value $(0,000) < 0,05$; (2) a positive and significant result is needed for the purchase decision on Monster.Inc, evidenced by the value of $T_{count} (5,137) > T_{table} (1,987)$ and the significance value $(0,000) < 0,05$; (3) related to positive and significant changes in product price and quality on purchasing decisions at Monster.Inc, as evidenced by the Fcount value of $36,580 > F_{table} 3,102$ and a significance of F of 0,000. R Square value of 0.460 or 46% means that the purchase is based on variable price and product quality, while the remaining 54% is considered by other variables not related in this study.

Keywords : Price, Product Quality, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada *Monster.Inc*. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data diolah statistik dengan program SPSS versi 24, yaitu model uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*, dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} (4,783) > T_{tabel} (1,987)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*, dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} (5,137) > T_{tabel} (1,987)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$; (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*, dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 36,580 > F_{tabel} 3,102$ dan signifikansi F sebesar 0,000. Nilai *R Square* sebesar 0,460 atau 46% artinya bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 54% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini..

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis sudah semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi, berkaitan dengan hal tersebut pada sudut pandang konsumen akan mempunyai informasi yang lengkap mengenai alternative pilihan produk yang tersedia dipasar. Dalam dunia bisnis saat ini akan merubah padangan para produsen sebagai penjual yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Oleh sebab itu konsumen merupakan hal utama yang harus diperhatikan produsen disamping produk yang dihasilkan.

Perkembangan jaman saat ini membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi, mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga, teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini salah satunya adalah bisnis dalam bidang makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Bisnis di bidang kuliner dinilai cukup menjanjikan karena menawarkan produk yang merupakan kebutuhan dasar setiap manusia, yaitu makanan. Tidak hanya menjual makanan olahan asli Indonesia saja, bisnis kuliner di Indonesia juga diramaikan oleh olahan makanan Internasional. Hal ini dikarenakan kultur orang Indonesia yang memang terbuka dengan budaya Negara lain, termasuk makanannya. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya.

Monster.Inc adalah suatu Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) yang beralamat di Jalan Mesjid Agung No.136 bergerak di bisnis kuliner. Dengan segmentasi pasar semua kalangan, didirikan pada bulan Februari 2015. Pada bulan Agustus 2018 *Monster.Inc* membuat sebuah inovasi baru yakni menjual produk *Ice Jelly Monster*, *Sate Cumi*, *Oseng Cumi* dan *Roti Monster*. *Monster.Inc* memiliki lokasi usaha yang sangat strategis di pusat kota Cianjur yaitu berdekatan dengan Alun-Alun Cianjur, sehingga mempermudah dan memberikan daya tarik bagi konsumen untuk menyantap hidangan sembari nongkrong di area perkotaan Cianjur.

Adapun data penjualan (*omset*) *Monster.Inc* dari bulan Agustus 2018 sampai bulan Januari 2019 dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini :

Tabel 1
Data Penjualan *Monster.Inc*
Periode Agustus 2018 – Januari 2019

Bulan	Penjualan (Rp)	Kenaikan /Penurunan (Rp)	(%)
Agustus	13.438.000		
September	30.188.000	16.750.000	124,64
Oktober	44.677.000	14.489.000	47,99
November	48.729.000	4.052.000	9,06
Desember	45.609.000	- 3.120.000	- 6,40
Januari	40.570.000	- 5.039.000	- 11,04

Sumber: *Monster.Inc* 2019 (data diolah)

Berdasarkan data penjualan diatas, dapat dilihat bahwa pada bulan September 2018 terjadi kenaikan penjualan yang tinggi sebesar 124,64%, penyebabnya karena dibulan Agustus *Monster.Inc* hanya menjual satu produk saja yaitu *Ice Jelly Monster* dan saat memasuki bulan September *Monster.Inc* menambahkan inovasi menu baru yaitu *Roti Monster* ala-ala

Roti John, lalu penjualan pun naik lagi sebesar 47,99%. Selanjutnya pada bulan Oktober *Monster.Inc* membuat inovasi lagi menambahkan menu baru Sate Cumi dan Oseng Cumi sehingga penjualan mengalami kenaikan lagi secara berturut-turut dari bulan Agustus – Oktober. Akan tetapi pada bulan November, Desember, dan Januari penjualan cenderung mengalami penurunan. Berdasarkan naik turunnya penjualan, ada kemungkinan terjadinya persaingan yang ketat di wilayah lokasi usaha *Monster.Inc* yang mengakibatkan tambahan alternative pilihan bagi calon pelanggan dalam menentukan keputusan pembelian. Untuk mengatasi hal ini, pihak *Monster.Inc* harus mengetahui dan memperhatikan benar faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga dapat mengevaluasi dan memperbaikinya.

Berdasarkan pengamatan awal, peneliti memperoleh informasi bahwa mayoritas konsumen mengeluhkan harga yang ditetapkan *Monster.inc* mahal dan cita rasa produknya masih berubah-ubah untuk jenis yang sama, terkadang rasanya enak terkadang terasa hambar atau kelebihan bumbu

Atas dasar uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Bagaimana harga produk pada *Monster.inc*
2. Mengetahui Bagaimana kualitas produk pada *Monster.inc*
3. Mengetahui Bagaimana keputusan pembelian pada produk *Monster.inc*
4. Mengetahui Bagaimana pengaruh dan seberapa besar harga terhadap keputusan pembelian pada *Monster.inc*
5. Mengetahui Bagaimana pengaruh dan seberapa besar kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Monster.inc*
6. Mengetahui Bagaimana pengaruh serta seberapa besar harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Monster.inc*

LITERATUR

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:345) harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Menurut (Kotler dan Keller, 2016:164) “Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

“Menurut Kotler dan Amstrong, (Prinsip-prinsip Pemasaran, 2008) Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian”.

Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk. Untuk sebagian besar konsumen Indonesia khususnya wilayah Cianjur yang masih berpendapatan rendah maka harga adalah faktor utama yang mempertimbangkan dalam memilih produk maupun jasa. Salah satu kunci dalam persaingan diantara pelaku usaha adalah dengan menciptakan suatu produk dengan

kualitas yang baik, sehingga terikat erat dengan pelanggan yang akan menghasilkan tingkah laku seorang konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian.

Variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian menurut hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Serli Melida (2016), UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini ditentukan bahwa:

H1 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*.

H2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*.

H3 : Harga dan Kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*..

METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *Monster.Inc*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif dan Asosiatif. Menurut Sugiyono (2013) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen). Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2010:36). Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan Antara dua variabel atau lebih.

Desain penelitian ini dilakukan mulai tahapan pengumpulan data lapangan melalui kuesioner, ditabulasikan secara kuantitatif dengan Metode Statistika Deskriptif. Menurut Sugiyono (2015:193) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuisisioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Selanjutnya dilakukan analisis data melalui tahapan model persamaan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, selanjutnya untuk memperkuat hasil analisis digunakan pengujian hipotesis statistik karena penelitian menggunakan data sampel. Menggunakan metode penelitian ini untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Metode Deskriptif Asosiatif tersebut digunakan pada penelitian ini untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Keterangan
Harga (X1)	Valid
Kualitas Produk (X2)	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Valid

Sumber : Data primer telah diolah, kuesioner 2019

Berdasarkan pengolahan data uji validitas pada tabel 2 di atas dapat diketahui hasil uji validitas yang dilakukan pada ketiga variabel antara variabel X1 (Harga), X2 (Kualitas Produk) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) dapat diketahui bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari nilai r_{tabel} yakni 0,30 sehingga seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach Alpha	Keterangan
Harga	0,734	Reliabel
Kualitas Produk	0,721	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,740	Reliabel

Sumber : Data primer telah diolah, kuesioner 2019.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* ketiga variabel dalam penelitian ini bernilai $> 0,6$ sehingga ketiga variabel dinyatakan reliabel. Dengan demikian jawaban dari responden dalam kuesioner dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

Tabel 4
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Nilai Uji Deskriptif	Keterangan
Harga	4,07	Baik
Kualitas Produk	4,20	Baik
Keputusan Pembelian	4,12	Baik

Sumber : data primer yang telah diolah peneliti, 2019

Hasil uji deskriptif untuk ketiga variabel antara variabel X1 (Harga) dan X2 (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Hasil uji untuk variabel X1 (Harga) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,07 yang berada pada interval 3,41 – 4,20 sehingga dapat diimplementasikan dengan kategori Baik, lalu hasil uji untuk variabel X2 (Kualitas Produk) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,20 yang berada pada interval 3,41 – 4,20 sehingga dapat diimplementasikan ada pada kategori Baik dan selanjutnya untuk variabel Y (Keputusan Pembelian) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,12 yang berada pada interval 3,41 – 4,20 sehingga dapat diimplementasikan dengan Baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik merupakan syarat yang harus terpenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Terdapat empat langkah dalam melakukan uji asumsi klasik, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga langkah; yakni:

1. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* (K-S)
Nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0,155, ini berarti nilainya di atas nilai signifikan 5% (0,05). Oleh karena itu, sesuai dengan analisis grafik, analisis statistik dengan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) juga menyatakan bahwa variabel residual berdistribusi normal.
2. Uji Heteroskedastisitas Metode Grafik
Tidak ada pola yang jelas dalam gambar grafik heteroskedastisitas dalam penelitian ini, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka berdasarkan metode grafik tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.
3. Uji Multikolinieritas
 - Nilai VIF dari variabel harga dan kualitas produk lebih kecil atau dibawah 5 ($VIF < 5$), ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi ini.
 - Nilai Tolerance dari variabel harga dan kualitas produk lebih besar dari 0,1 (Nilai Tolerance $> 0,1$) ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,860 + 0,415 X_1 + 0,443 X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstan (β_0) = 1,860 ini menunjukkan bahwa jika harga dan kualitas produk = 0, maka nilai variabel dependen keputusan pembelian (Y) adalah 1,860
2. Koefisien $X_1 = 0,415$ ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen *Monster.Inc* Cianjur. Jika harga meningkat satu satuan maka keputusan pembelian pada *Monster.Inc* akan meningkat sebesar 0,415.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengolahan data didapatkan yaitu:

1. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian hal ini terlihat dari nilai $T_{hitung} (4,783) > T_{tabel} (1,987)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian hal ini terlihat dari nilai $T_{hitung} (5,137) > T_{tabel} (1,987)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hasil uji hipotesis secara simultan menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 36,580. Dalam penelitian ini, kriteria penolakan H_0 yakni jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau F_0 lebih besar dari F_{α} 1, n-1, dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% maka dari tabel distribusi F didapatkan nilai $F_{tabel} = 3,102$. Nilai $F_{hitung} 36,580 > F_{tabel} 3,102$ dan signifikansi F sebesar 0.000, sehingga H_0 ditolak. Berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan variabel independen harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian pada konsumen *Monster.Inc* Cianjur.

Analisis Koefisien Korelasi

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis koefisien korelasi maka dapat disimpulkan:

1. Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian = 0,327 sehingga ketiga variabel tersebut memiliki tingkat hubungan yang rendah.
2. Harga terhadap keputusan pembelian = 0,542 sehingga variabel tersebut berada dalam rentang hubungan yang sedang.
3. Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian = 0,562 sehingga variabel tersebut berada dalam rentang hubungan yang sedang.

Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis koefisien determinasi terlihat bahwa:

1. Nilai R sebesar 0,678 berarti 67,8% menunjukkan bahwa hubungan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hubungannya erat.
2. Nilai R Square sebesar 0,460 atau 46% artinya bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 54% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah didapatkan, maka kesimpulannya adalah: Analisis deskriptif untuk variabel harga secara mandiri yang diperoleh dari kriteria deskriptif menunjukkan bahwa ada pada kategori baik dengan skor 4,07. Artinya bahwa harga yang ditetapkan oleh *Monster.Inc* sesuai dengan produk yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan analisis deskriptif untuk variabel kualitas produk secara mandiri yang diperoleh dari kriteria deskriptif menunjukkan bahwa ada pada kategori baik dengan skor 4,20. Dengan pengertian bahwa kualitas produk *Monster.Inc* sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan analisis deskriptif untuk variabel keputusan pembelian secara mandiri yang diperoleh dari kriteria deskriptif menunjukkan bahwa ada pada kategori baik dengan skor 4,12, yang dapat diartikan bahwa responden setuju melakukan keputusan pembelian pada produk *Monster.Inc*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,415, nilai t_{hitung} sebesar 4,783 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, apabila manfaat yang dirasakan konsumen *Monster.Inc* meningkat, maka keputusan pembelian *Monster.Inc* akan meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Monster.Inc*. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan koefisien regresi X_2 sebesar 0,443 nilai t_{hitung} sebesar 5,137 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk *Monster.Inc* maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian simultan, menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Monster.Inc*. Hal ini ditunjukkan nilai F_{hitung} nya diperoleh sebesar 36,580 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi Nilai R^2 sebesar 0,460 atau 46% artinya bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 54% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini..

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Rhineka Cipta, 2011).
- Appley, A, L., & Lee, O. L. (2010). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013).
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Boyd, Happer W,dkk. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*, alih bahasa Iman Nurmawan (Jakarta: Erlangga, 2000).
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip dan Armstrong 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Tiga Belas. Jakarta: Erlangga

Andre Syaputra¹, Dekrita Komarasakti²/ Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Monster.Inc Cianjur)

Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management. 14th edition*. New Jersey: Prentice.

PENGARUH LAPORAN ARUS KAS TERHADAP TINGKAT LIKUIDITAS
(Studi Kasus Pada Lembaga Pembiayaan di Bursa Efek Indonesia 2013-2017)

Yogi Atmadijaya¹

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
atmadijayayogi@gmail.com

Hilda Purnamawati²

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
hildapurnamawati@yahoo.com

Iyan Sukiman³

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
iyan.sukiman@gmail.com

Abstract

The research method used is a quantitative method with cuantitavie descriptive. The population in this study were all publicly listed companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2013-2017, the sampling technique used was purposive sampling and the samples taken were 12 financial institutions. The data analysis technique in this study is panel data regression analysis using Eviews. The test results show that in 2013-2017 the development of cash flows in 12 financial institutions fluctuated, with the highest average occurring in 2015. The development of the level of liquidity in 12 financial institutions tended to fluctuate with the highest liquidity level was 2014 Danasupra Erapacific Tbk. Partially cash flows from operating activities have a significant effect on the level of liquidity of financial institutions in 2013-2017. Partially the cash flows from investment activities have no significant effect on the level of liquidity of financial institutions in 2013-2017. Partially cash flows from funding activities have a significant effect on the level of liquidity of financial institutions in 2013-2017. Simultaneously, cash flows that feel from operating, investing and funding activities have a significant effect on the level of liquidity of financial institutions in 2013-2017 with a magnitude of influence of 72.7%

Keywords : *Operating Cash Flow, Investment Cash Flow, Funding Cash Flow, Liquidity.*

Abstrak

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun 2013-2017, teknik sampling yang digunakan purposive sampling dan sampel yang diambil sebanyak 12 lembaga pembiayaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan Eviews. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pada tahun 2013-2017 perkembangan arus kas pada 12 lembaga pembiayaan berfluktuatif, dengan rata-rata tertinggi terjadi pada tahun 2015. Perkembangan tingkat likuiditas pada 12 lembaga pembiayaan cenderung mengalami fluktuatif dengan tingkat likuiditas tertinggi adalah Danasupra Erapacific Tbk pada tahun 2014. Secara parsial arus kas yang berasal dari kegiatan operasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas lembaga pembiayaan tahun 2013-2017. Secara parsial arus kas yang berasal dari kegiatan investasitidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas lembaga pembiayaan tahun 2013-2017. Secara parsial arus kas yang berasal dari kegiatan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas lembaga pembiayaan tahun 2013-2017. Secara simultan arus kas yang berasa dari kegiatan operasi, investasi dan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas lembaga pembiayaan tahun 2013-2017 dengan besarnya pengaruh sebesar 72,7%.

Kata Kunci : *Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi, Arus Kas Pendanaan, Likuiditas*



PENDAHULUAN

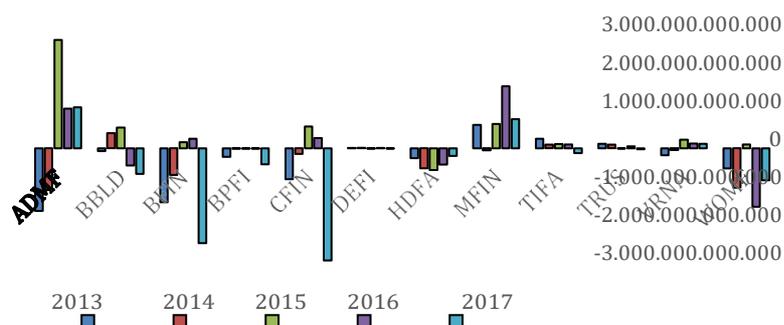
Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan harus menyusun laporan keuangan yang menggambarkan segala jenis transaksi yang terjadi di dalam perusahaan. Dengan menganalisis laporan keuangan, pihak manajemen dapat menentukan langkah nyata agar perusahaan berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

Semakin besar jumlah kas yang akan dimiliki oleh perusahaan akan semakin tinggi pula tingkat likuiditasnya. Apabila perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan adanya *over investment* dalam kas dan berarti perusahaan kurang efektif dalam mengelola kas karena kas tidak diputar, sebaliknya jumlah kas yang relatif kecil akan memperoleh tingkat perputaran kas yang tinggi. “laporan sumber dan penggunaan kas disusun untuk menunjukkan perubahan kas selama satu periode dan memberikan alasan mengenai perubahan kas tersebut dengan menunjukkan dari mana sumber-sumber kas dan penggunaannya” S. Munawir (2004;157).

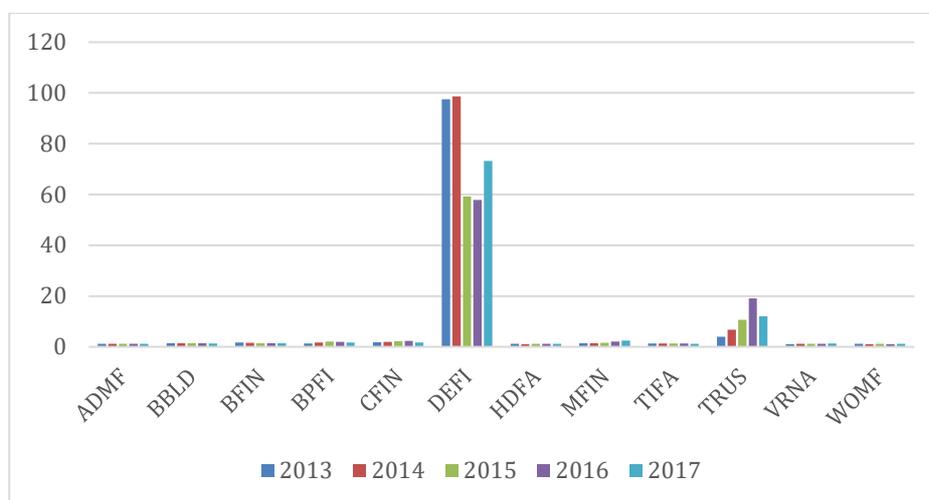
Laporan arus kas merupakan laporan yang sangat bermanfaat dan penting bagi perusahaan, dimana dalam kegiatan operasinya pasti memerlukan kas untuk menjalankan usaha, melunasi kewajiban dan membagikan deviden kepada para pemegang saham, dengan menganalisis laporan keuangan maka para pemakai laporan keuangan dapat mengetahui arus kas masuk dan keluar, selain itu perusahaan dapat memprediksi jumlah kas masuk dan keluar untuk waktu yang akan datang.

Kas sangat berperan dalam menentukan kelancaran kegiatan perusahaan, oleh karena itu sumber dan penggunaan kas harus direncanakan dan diawasi dengan baik..Berkaitan dengan likuiditas perusahaan, arus kas memberikan informasi bagi manajer mengenai kesanggupan perusahaan menyediakan kas untuk membayar kewajiban jangka pendek.

Ketua APPI Suwandi Wiratno menyebut dalam beberapa tahun ke belakang, beberapa pemain memang mengalami perlambatan bisnis. Kondisi ini berimbas pada kesulitan likuiditas yang dialami sejumlah perusahaan. Gambar grafik perkembangan arus kas yang berasal dari aktivitas operasi dan tingkat likuiditas pada lembaga pembiayaan selama tahun 2013-2017 sebagai berikut :



Gambar 1
Perkembangan Laporan Kas Lembaga Pembiayaan Tahun 2013-2017
 Sumber: Data sekunder diolah, 2019



Gambar 2
Tingkat Likuiditas pada Lembaga Pembiayaan Tahun 2013-2017

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Dari data diatas dapat diketahui bahwa terjadi laporan arus kas operasi yang fluktuatif , yaitu sebuah kondisi atau keadaan yang tidak stabil, yang menunjukkan gejala yang tidak tetap dan selalu berubah-ubah. Oleh karena itu perusahaan dituntut agar mampu mengelola dana yang ada untuk dipergunakan membiayai segala jenis kegiatannya dan harus hati-hati dalam menangani masalah keuangan, khususnya dalam pengelolaan sumber dan penggunaan kas. Kas merupakan modal kerja yang paling likuid sehingga dengan ketersediaan kas yang cukup dapat membantu perusahaan dalam memenuhi likuiditasnya.

LITERATUR

Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Nurmiati (2016) dengan judul “Pengaruh Arus Kas Operasi Terhadap Likuiditas Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2014 - 2016 dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa arus kas operasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas. Berdasarkan penelitian Utami, Desi Sri (2013) dengan judul “Pengaruh Arus Kas Terhadap Tingkat Likuiditas Keuangan Perusahaan PT PLN(Persero) 2002 – 2011 menunjukkan arus kas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat likuiditas.

Laporan Arus Kas

Menurut Skousen dkk (2009 : 284) Laporan arus kas itu sendiri didefinisikan sebagai berikut

“Laporan arus kas (*Statement Of Cash Flow*) adalah laporan keuangan yang melaporkan jumlah kas yang diterima dan dibayar oleh suatu perusahaan selama periode tertentu”.

Likuiditas

Mardiyanto (2009 :54) ialah : “Likuiditas mengukur kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban (utang) jangka pendek tepat pada waktunya, termasuk melunasi bagian utang jangka panjang yang jatuh tempo pada tahun bersangkutan. Rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat likuiditas perusahaan, salah satunya adalah Rasio lancar (*Current Ratio*).

METODE PENELITIAN

Adapun metode yang penulis gunakan dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan asosiatif. Jenis data penelitian adalah data kuantitatif, data tersebut diperoleh dari laporan keuangan perusahaan lembaga pembiayaan yang dipublikasikan setiap tahunnya oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013 - 2017

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017, teknik sampling yang digunakan *purposive sampling* dan sampel yang diambil sebanyak 12 lembaga pembiayaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi data panel, dimana akan dilakukan estimasi data panel yang terdiri dari 3 model regresi yaitu *Common Effect*, *FixedEffect* dan *Random Effect* dengan sebelumnya diuji terlebih dahulu dengan 3 uji model regresi yaitu Uji Chow, Uji Hausman dan Uji Lagrange Multiplier. Lalu dilakukan Uji Asumsi klasik untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis, yaitu uji t dan uji F. Untuk mengetahui seberapa besar variabel X menjelaskan perubahan atau pergerakan variabel Y maka dilakukan uji koefisien determinasi (R²).

Pengujian Hipotesis :

- 1) Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)
- 2) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini.. perusahaan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah sebanyak 12 lembaga pembiayaan tahun 2013-2017. Di bawah ini disajikan perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian :

Tabel 1
Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ADMF	Adira Dinamika Multi Finance Tbk
2.	BBLD	Buana Finance Tbk
3.	BFIN	BFI Finance Indonesia Tbk
4.	BPFI	Batavia Prosperindo Finance Tbk
5.	CFIN	Clipan Finance Indonesia Tbk
6.	DEFI	Danasupra Erapacific Tbk
7.	HDFA	Radana Bhaskara Finance Tbk
8.	MFIN	Mandala Multifinance Tbk
9.	TIFA	Tifa Finance Tbk
10.	TRUS	Trust Finance Indonesia Tbk
11.	VRNA	Verena Multifinance Tbk
12.	WOMF	Wahana Ottomitra Multiartha Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia, Data diolah (2019)

Perkembangan arus kas dan tingkat likuiditas pada lembaga pembiayaan tahun 2013-2017 adalah sebagai berikut :

Rata-rata kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi pada lembaga pembiayaan mengalami penurunan sebesar -35,3% pada tahun 2014. dan mengalami peningkatan yang sangat signifikan sebesar 167,3% pada tahun 2015. Rata-rata kas bersih yang diperoleh dari

aktivitas investasi pada lembaga pembiayaan mengalami peningkatan sebesar 12,8% pada tahun 2015, dan mengalami penurunan tajam sebesar -0,7% pada tahun 2016, , sedangkan rata-rata arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas pendanaan pada lembaga pembiayaan mengalami kenaikan sebesar 14,4% pada tahun 2014 dan mengalami penurunan sebesar -133,6% pada tahun 2017.

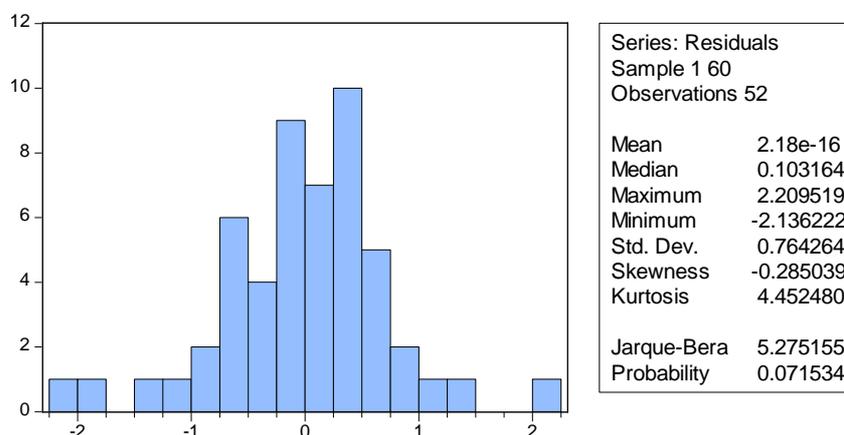
Pada tahun 2014 tingkat likuiditas yang diukur dengan current ratio pada lembaga pembiayaan mengalami peningkatan sebesar 3,4% Namun pada tahun 2015 terjadi penurunan current ratio dari perusahaan lembaga pembiayaan sebesar -40,9% Pada tahun 2016 dan 2017 perkembangan current rasio sebesar 8,2% dan 7,7%.

Uji Statistik

Pemilihan Model Terbaik

Pemilihan Model menggunakan Uji Lagrange Multiplier (LM) Nilai probabilitas Breusch-Pagan (BP) sebesar $0.0000 < 0.05$ maka model yang cocok dalam penelitian ini adalah Random Effect Model

Uji Asumsi Klasik



Gambar 3

Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data diolah(2019)

Berdasarkan hasil diatas terlihat bahwa nilai *probability Jarque Berra* sebesar 0,0715 berada diatas nilai 0,05 maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dari variabel penelitian ini telah terdistribusi normal.

Tabel 2

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	2.919087	Prob. F(5,46)	0.0227
Obs*R-squared	12.52508	Prob. Chi-Square(5)	0.0483
Scaled explained SS	19.19849	Prob. Chi-Square(5)	0.0018

Sumber : Data diolah(2019)

Dari tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa *probability Obs*R-square* = 0,0483 atau lebih besar dari 0,05. sehingga dapat disimpulkan

data dalam variabel penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas pada model penelitian ini.

Tabel 3
Uji Autokorelasi

Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.785247	Mean dependent var	8.527833
Adjusted R-squared	0.718435	S.D. dependent var	21.74939
S.E. of regression	11.54081	Akaike info criterion	7.941974
Sum squared resid	5993.562	Schwarz criterion	8.465560
Log likelihood	-223.2592	Hannan-Quinn criter.	8.146777
F-statistic	11.75309	Durbin-Watson stat	2.072351
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah(2019)

Pada uji autokorelasi, dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2,072 Nilai akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson d Statistic: Significance Point For dl and du AT 0,5 Level of Significance dengan menggunakan nilai signifikansi 5% jumlah sampel 60 (n) dan jumlah variabel independen 2 (k=2), maka dari tabel Durbin-Watson akan diperoleh nilai batas bawah (dl) yaitu 1,514 dan nilai batas atas (du) adalah 1,6518 Bentuk pengujiannya yaitu $Du < D-W < 4-Du$ maka $1,6518 < 2,072 < 2,3482$ kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala autokorelasi..

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Data Panel dengan Metode Random Effects

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 01/12/19 Time: 21:57
Sample: 2013 2017
Periods included: 5
Cross-ctions included: 12
Total panel (balanced) observations: 60
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	115.6334	26.10085	4.430253	0.0000
X1	-7.753326	2.713705	-2.857099	0.0060
X2	3.002523	2.306870	1.301557	0.1984
X3	-4.846529	0.735109	-6.592943	0.0000

Sumber : Data diolah(2019)

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 115,63 - 7,753X1 + 3,002X2 - 4,846X3$$

Besarnya likuiditas nilainya adalah sebesar 115,63, apabila variable independen konstan.Dan apabila setiap peningkatan X1 sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan

likuiditas sebesar 7,753 demikian pula untuk X2 dan X3 dapat disesuaikan dengan tabel diatas.

Tabel 5
Hasil Koefisien Determinasi Data Panel dengan Metode Random Effects

Weighted Statistics			
R-squared	0.741339	Mean dependent var	8.363364
Adjusted R-squared	0.727482	S.D. dependent var	21.69987
S.E. of regression	11.32804	Sum squared resid	7186.167
F-statistic	53.49986	Durbin-Watson stat	1.726853
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah(2019)

Nilai *Adjust R Square* 0,727 menunjukkan bahwa variabel terikat tingkat likuiditas dapat dijelaskan variabel bebas yang terdiri dari arus kas yang berasal dari operasi, Arus kas yang berasal dari investasi dan arus kas yang berasal dari pendanaan sebesar 72,7%. Sedangkan sisanya sebesar 26,3% lainnya dipengaruhi faktor lain diluar model regresi tersebut.

Hasil Uji t Statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji t (Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	115.6334	26.10085	4.430253	0.0000
X1	-7.753326	2.713705	-2.857099	0.0060
X2	3.002523	2.306870	1.301557	0.1984
X3	-4.846529	0.735109	-6.592943	0.0000

Sumber : Data diolah(2019)

Diketahui bahwa t-hitung untuk X1 (-2,857) > t-tabel (-2,001), maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya arus kas yang berasal dari operasi berpengaruh signifikan terhadap likuiditas. Diketahui bahwa t-hitung untuk X2 (1,301) < t-tabel (2,001), maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya arus kas yang berasal dari investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap likuiditas. Diketahui bahwa -t-hitung untuk X3 (-6,592) > -t-tabel (-2,001), maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya arus kas yang berasal dari pendanaan berpengaruh signifikan terhadap likuiditas.

Tabel 7
Hasil Uji F (Simultan)

Weighted Statistics			
R-squared	0.741339	Mean dependent var	8.363364
Adjusted R-squared	0.727482	S.D. dependent var	21.69987
S.E. of regression	11.32804	Sum squared resid	7186.167
F-statistic	53.49986	Durbin-Watson stat	1.726853
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah(2019)

Dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel adalah $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($53,49 > 3,29$) dan probability sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti arus kas yang berasal dari operasi, arus kas yang berasal dari investasi dan arus kas yang berasal dari pendanaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya seperti yang dikemukakan oleh H.M Kirnasari (2011) dimana menyimpulkan bahwa arus kas dari aktivitas operasi, aktivitas investasi dan pendanaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap likuiditas perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji t, arus kas yang berasal dari operasi dan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap likuiditas pada lembaga pembiayaan tahun 2013-2017, sedangkan arus kas yang berasal dari investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap likuiditas pada lembaga pembiayaan tahun 2013-2017. Secara simultan arus kas yang berasal dari operasi, arus kas yang berasal dari investasi dan arus kas yang berasal dari pendanaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat likuiditas pada lembaga pembiayaan tahun 2013-2017.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanafi, Mamduh M, dan Abdul Halim. (2012). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- HM.Kirnasari(2011),Pengaruh Arus Kas Terhadap Likuiditas Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2009 - 2011.,Universitas Negeri Surabaya
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2013). Exposure Draft Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan, Penyajian Laporan Keuangan
- Mardiyanto, Handono . (2009). Intisari Manajemen Keuangan: Teori, Soal dan Jawaban. Jakarta: Grasindo.
- Nurmiati (2016),Pengaruh Arus Kas Operasi Terhadap Likuiditas Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2014 - 2016 ,Universitas Negeri Makasar
- S.Munawir. (2004). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Ke-4. Yogyakarta : Liberty.
- Stice, Earl K, James D Stice dan Fred Skousen. (2009).Akuntansi Keuangan Menengah, Edisi 16, Buku 2.Edisi Bahasa Indonesia. Terjemah : Ali Akbar. Jakarta : PT. Salemba Empat
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Utami,Desi Sri (2013) ,Pengaruh Arus Kas Terhadap Tingkat Likuiditas Keuangan Perusahaan PT.PLN (Persero) 2002 – 2011,Universitas Pendidikan Indonesia
- Yogantara, Anggia.(2010). Pengaruh laporan arus kas terhadap tingkat likuiditas (Studi kasus pada perusahaan PT. TDP yang bergerak di bidang industri tekstil). Skripsi Universitas Widyatama.

APLIKASI *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DALAM MENILAI KUALITAS PELAYANAN JASA PENDIDIKAN PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI WILAYAH IVB APTISI JAWA BARAT

Saepudin ¹

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
saepudin.ciamis@yahoo.co.id

Welly Surjono ²

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
wellykoe_66@yahoo.com

Tevi Leviany ³

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
tevi.pupung@gmail.com

Abstract

Quality higher education is expected to produce quality human resources, this can be seen with the existence of Higher Education Accreditation. The purpose of this study is to determine the results of the assessment using the IPA method of the variable quality of education services at PTS in the IVB region APTISI West Java (Purwakarta and Subang) as well as mapping the scores of assessment results using IPA into a Cartesian diagram. The method used is descriptive (survey) method. The population in this study were private university students in high schools in the IVB region of APTISI West Java (Purwakarta and Subang). Sampling was carried out proportionally with the Slovin formula. Based on the testing, PTS IKM in total (average) was 0.70, included in the good category. The results of testing the hypothesis that the performance of each service quality variable based on the results of respondents' assessment scores of 70.20%. This condition is still below 100% which means it is not satisfactorily maximally because there is still a gap of 27.80%, then the hypothesis which states that the determinant variable of the quality of education services will have a total effect on PTS student satisfaction has not been proven significantly. Physical evidence, reliability, responsiveness, and empathy are in quadrant A. This means that the performance of these variables is lower than the desire of PTS students in the IVB region of APTISI West Java (Purwakarta and Subang). Guarantee variable is in quadrant D. This means that the performance of the variable is at a high level, however the student's desire for the variable's performance is only low.

Keywords : *Importance Performance Analysis, Service Quality*

Abstrak

Perguruan tinggi yang berkualitas diharapkan dapat melahirkan SDM yang bermutu, hal ini dapat dilihat dengan adanya Akreditasi Perguruan Tinggi, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil penilaian menggunakan metode IPA dari variabel kualitas pelayanan jasa pendidikan pada PTS di wilayah IVB APTISI Jawa Barat (Purwakarta dan Subang) serta memetakan skor hasil penilaian menggunakan IPA ke dalam diagram kartesius. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif (survey). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa PTS pada Sekolah Tinggi yang berada di wilayah IVB APTISI Jawa Barat (Purwakarta dan Subang). Pengambilan sampel dilakukan secara proporsional dengan rumus Slovin. Berdasarkan pengujian diperoleh IKM PTS secara total (rata-rata) sebesar 0,70, masuk kategori baik. Hasil pengujian hipotesis bahwa kinerja masing-masing variabel kualitas pelayanan berdasarkan hasil skor penilaian responden sebesar 70,20%. Kondisi ini masih di bawah 100% yang berarti belum memuaskan secara maksimal karena masih terdapat gap sebesar 27,80%, maka hipotesis yang menyatakan bahwa variabel penentu kualitas pelayanan jasa pendidikan akan berpengaruh secara total terhadap kepuasan mahasiswa PTS belum terbukti secara signifikan. Variabel Bukti fisik, Keandalan, Cepat tanggap, dan Empati berada pada kuadran A. Hal ini berarti kinerja variabel tersebut lebih rendah dari keinginan mahasiswa PTS di wilayah IVB APTISI Jawa Barat (Purwakarta dan Subang). Variabel Jaminan berada pada kuadran D. Hal ini berarti kinerja variabel tersebut berada pada tingkat tinggi namun demikian keinginan mahasiswa akan kinerja variabel tersebut hanya rendah.

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*



PENDAHULUAN

Menurut Menteri Ristekdikti RI, Mohamad Nasir (2018) : Jumlah perguruan tinggi negeri dan swasta yang ada saat ini sekitar 4.500 kampus dan ternyata terdapat banyak masalah di perguruan tinggi swasta yang kecil-kecil. Lebih lanjut dijelaskan, bahwa : “Proses penggabungan perguruan tinggi swasta menjadi satu dari empat program prioritas tahun 2018, dan jumlah Perguruan Tinggi Swasta yang terlalu banyak akan berpotensi merugikan masyarakat karena mutu akademik dan pelayanannya tidak memenuhi standar. Sekitar 14 % PTS kesulitan memenuhi biaya operasional kampus. Pemerintah menargetkan, sebanyak 1.000 PTS akan ditutup atau digabungkan hingga tahun 2019. Target tersebut menurut Kemenristekdikti dilakukan untuk meningkatkan mutu dan pelayanan perguruan tinggi swasta.

Pendapat lainnya disampaikan oleh Ketua Umum Asosiasi Badan Penyelenggara Perguruan Tinggi Swasta, Thomas Suyatno (HU PR, 10 Desember 2014), yang menyatakan bahwa lebih dari 50% PTN dan PTS di Indonesia dalam keadaan “sakit”, bahkan 64,88% PTS di Koordinator Perguruan Tinggi Swasta nomor satu di Indonesia, PTS-nya dalam kondisi sakit. Kondisi kesehatan dari perguruan tinggi tersebut dilihat berdasarkan standar mutu yang seharusnya dipenuhi oleh setiap PTN dan PTS. Kenyataannya, upaya untuk memenuhi standar mutu tersebut masih dirasa berat oleh PTN dan PTS. Mengingat perguruan tinggi yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas tentunya akan dicari oleh calon mahasiswa, begitu juga sebaliknya. Semakin banyaknya PT yang menawarkan layanan jasa maka memberikan peluang pada masyarakat/ calon mahasiswa untuk memilih karena memiliki alternatif pilihan yang semakin banyak. Dengan demikian, kekuatan tawar-menawar calon mahasiswa baru semakin besar.

Hak-hak mahasiswa sebagai konsumen semakin mendapatkan perhatian besar, terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang atau jasa tertentu. Sisi lain, kini mulai banyak muncul aktivitas kaum konsumeris yang memperjuangkan hak-hak konsumen, etika bisnis serta kesadaran dan kecintaan akan lingkungan (Smith, 2019:53).

Perancangan bauran pemasaran (*marketing mix*) seperti : perancangan produk (jasa), pemberian harga, distribusi produk, promosi, bukti fisik, sumber daya manusia yang berkualitas serta proses penyajian jasa yang cepat dan akurat, sudah diadaptasi dalam sektor jasa pendidikan. Aktivitas promosi yang dulu jarang ditemukan, saat ini sudah merupakan hal yang lumrah dilakukan dalam dunia perguruan tinggi. Tujuannya adalah untuk menarik sekaligus menjaring calon mahasiswa baru.

Terciptanya kepuasan pelanggan (mahasiswa) dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya: hubungan institusi dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan institusi begitu sebaliknya. Sima & Gheorghe (2017) menyatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) atau ketidakpuasan (*dis-satisfaction*) pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakesesuaian (*dis-confirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lain) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi penting sekali bagi suatu institusi untuk mengevaluasi layanan yang telah dilaksanakan untuk mengetahui apakah konsumen merasa puas atau tidak puas. Selanjutnya melakukan tindakan korektif untuk selalu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kota Subang dan Purwakarta memiliki Perguruan Tinggi Swasta sebanyak 16 di bawah binaan Komisariat IVB APTISI Jawa Barat, dan ditinjau dari aspek jumlah Perguruan Tinggi, maka Subang dan Purwakarta memiliki jumlah PTS relatif sedikit dibandingkan dengan komisariat lainnya yang ada di APTISI Jawa Barat. Dilihat dari efisiensi penelitian, komisariat ini cukup ideal untuk dijadikan objek penelitian berkaitan dengan kualitas pelayanan PT.

Pengukuran mutu pelayanan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif. Oleh karena itu, mutu pelayanan harus dimulai dari kebutuhan mahasiswa akan pelayanan dan berakhir pada persepsi mahasiswa akan mutu pelayanan yang diberikan. Pengukuran mutu pelayanan dalam bidang pendidikan tidak hanya dilihat dari pelayanan akademis, tetapi juga dilihat dari pelayanan non-akademis, diantaranya; ruang kelas, SDM, administrasi perkuliahan, dll.

LITERATUR

Correia, Moital, Oliveira, & Costa (2009) menegaskan bahwa kepuasan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa serta yang terlibat di dalamnya. Prayag, Hassibi & Nunkoo (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek emosional end user, dimana end user biasa disematkan pada pembeli, yang merasakan bahwa alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapannya. Berdasarkan definisi tersebut, maka pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan (*expectation*) dan kinerja (*performance*) atau hasil yang dirasakan setelah mengkonsumsi produk (barang & jasa). Pengertian tersebut selaras dengan pengertian yang didasarkan pada disconfirmation paradigm yang dikemukakan oleh Huang (2017).

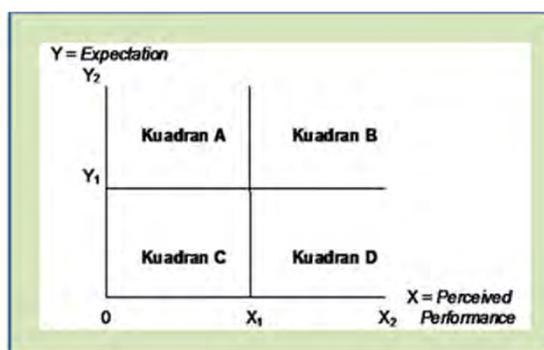
Perguruan tinggi merupakan lembaga yang memberikan produk berupa jasa pendidikan (Sultan & Wong, 2019). Kemampuan perguruan tinggi untuk memberikan kepuasan kepada mahasiswa ditentukan oleh kualitas pelayanan yang disampaikan perguruan tinggi (Nguyen et al. 2016). Kualitas jasa didefinisikan sebagai *'the consumer's judgement about a product's overall excellence or superiority'* (Zeithaml 1988). Menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988), terdapat 5 (lima) faktor yang menentukan kualitas pelayanan jasa, meliputi; (1) bukti langsung/fisik (*tangible*) mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi; (2) reliabilitas (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; (3) daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan staf membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap; (4) jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan; (5) empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan.

Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Berdasarkan jawaban responden, dengan menggunakan metode ini dalam menganalisis dimensi-dimensi kualitas pelayanan maka dapat diketahui dan dirumuskan strategi untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada mahasiswa di perguruan tinggi masing-masing. Metode IPA pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) melalui karya ilmiahnya yang dimuat dalam *Journal of Marketing* berjudul *Importance-Performance Analysis* dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*.

"Importance-Performance Analysis (IPA) are a part of marketing research techniques that involve the analysis of customer attitudes toward main product or service and has been applied in several markets: e.g., automotive, food, housing, education, health care, hospitality industry, tourism, among others (e.g., Sethna, 1982; Hawes & Rao, 1985; Cunningham & Gaeth, 1989; Dolinsky, 1991; Martilla & James, 1977; Alexitch et al. 2004; Kitcharoen, 2004; Go & Zhang, 2008; Silva & Fernandes, 2010)."

"Internal marketing theories state that the organization emphasizes the importance of employee satisfaction and approaches jobs as internal products, aimed toward developing and motivating best-qualified personnel (Grönroos, 1994; Zampetakis & Moustakis, 2007)."

Internal Marketing Categories (Yu-Chuan Chen & Shinyi Lin (2013) : (1) *Work support and environment* (2) *Organizational communication* (3) *Educational training* (4) *Motivation* dan (5) *Empowerment*.



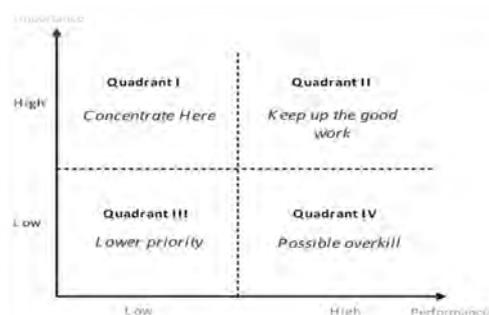
Gambar 1 : Quadrant Analysis

Sumber: Husen Umar, dikutip oleh Diah Natalisa (2008:93)

Keterangan :

1. Kuadran A : Kinerja suatu variabel adalah lebih rendah dari keinginan konsumen sehingga kinerja organisasi harus ditingkatkan agar optimal.
2. Kuadran B : Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu variabel berada pada tingkat tinggi dan sesuai, sehingga organisasi cukup mempertahankan kinerja variabel tersebut.
3. Kuadran C : Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu variabel berada pada tingkat rendah, sehingga organisasi belum perlu melakukan perbaikan.
4. Kuadran D: Kinerja organisasi berada dalam tingkat tinggi tetapi keinginan konsumen akan kinerja dari variabel tersebut hanya rendah, sehingga organisasi perlu mengurangi hasil yang dicapai agar dapat mengefisienkan sumberdaya organisasi.

Berikut adalah bentuk asli dari diagram derajat kartesius model IPA yang dikembangkan oleh Martilla dan James.



Gambar 2

Kuadran Model Importance-Performance Analysis

Sumber : Martilla, J and James, J. (1977). *Importance-Performance Analysis*. *Journal of Marketing*

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Menurut Nazir (2014:43) adalah metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang serta dengan teknik analisis Frekuensi dan Deskriptif, Gap Analysis dan Diagram Cartesius.

Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa Sekolah Tinggi di Kota Subang dan Purwakarta.

Tabel 1
Populasi Penelitian

No.	PTS	Kota	Populasi	%
1	STIE Miftahul Huda	Subang	353	16
2	STIE Sutaatmadja	Subang	192	9
3	Sekolah Tinggi Hukum Purnawarman	Purwakarta	286	13
4	STIE Dr. KH. EZ Mutaqien	Purwakarta	829	37
5	STIEB Perdanamandiri	Purwakarta	548	25
Jumlah Populasi :			2.208	100

Sumber : Aptisi Wilayah IV Jabar, (diolah)

Untuk menentukan besarnya sampel yang akan dijadikan responden, maka digunakan rumus *Slovin Consuello G. Sevilla* yang dikutip oleh Umar Husein (2003:146), dengan perolehan jumlah sampel sebanyak 95,667 atau sebanyak 97 orang responden, dengan toleransi error 10%.

Tabel 2
Sampel Penelitian

No.	PTS	Kota	%	Sampel
1	STIE Miftahul Huda	Subang	16%	16
2	STIE Sutaatmadja	Subang	9%	9
3	Sekolah Tinggi Hukum Purnawarman	Purwakarta	13%	12
4	STIE Dr. KH. EZ Mutaqien	Purwakarta	37%	36
5	STIEB Perdanamandiri	Purwakarta	25%	24
Jumlah Sampel :				97

Sumber : Pengolahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di bawah ini disajikan tabel rata-rata *expected/importance* (IM) yaitu berupa harapan mahasiswa terhadap pelayanan, *performance* (PP) yaitu kinerja pelayanan aktual atau pelayanan yang dirasakan mahasiswa, indeks kepuasan pelanggan (IKP), persentase (%) kuisisioner *performance*, yaitu diperoleh dengan jalan membagi total skor jawaban masing-masing kuisisioner dengan rata-rata skor masing-masing kuisisioner kali seratus persen. Interpretasi persentase (keterangan) diperoleh dengan berpatokan pada tabel Kategori Persepsi Mahasiswa dalam Pencapaian Skor Maksimal.

Tabel 3
Kategori Persepsi Mahasiswa dalam Pencapaian Skor Maksimal

Kelas	% Pencapaian Skor Thd Skor maksimal	Kategori
1	$85 \leq x < 100$	Sangat Baik
2	$69 \leq x < 84,9$	Baik
3	$53 \leq x < 68,9$	Cukup Baik
4	$37 \leq x < 52,9$	Kurang Baik
5	$20 \leq x < 36,9$	Sangat Kurang Baik

Sumber : Riduan (2004), dikutip oleh I Gusti Ayu Made Srinadi dan Desak Putu Eka Nilakusmawati, 2008

Tabel 4
Analisis Tangible

No	Keterangan	Performance	Expectations	Indeks Kepuasan Pelanggan = Performance/Expectations	%	Ket.
1	Penataan eksterior dan interior gedung	2.72	4.51	0.60	54.4%	Cukup Baik
2	Kenyamanan ruang kuliah	3.06	4.71	0.65	61.1%	Cukup Baik
3	Kelengkapan dan kesiapan media perkuliahan	3.48	4.62	0.75	69.6%	Baik

No	Keterangan	Performance	Expectations	Indeks Kepuasan Pelanggan = Performance/Expectations	%	Ket.
4	Penyediaan dan kelengkapan fasilitas ruang baca	3.13	4.50	0.70	62.7%	Cukup Baik
5	Penyediaan dan kelengkapan fasilitas computer	2.84	4.56	0.62	56.9%	Cukup Baik
6	Ketersediaan Buku Panduan Akademik	2.86	4.41	0.65	57.1%	Cukup Baik
7	Ketersediaan buku Pedoman Tugas Akhir (Skripsi)	3.00	4.46	0.67	60.0%	Cukup Baik
8	Penampilan dan busana Dosen dan Karyawan	3.52	3.83	0.92	70.4%	Baik
9	Ketersediaan meja, kursi untuk perkuliahan	3.44	4.42	0.78	68.9%	Cukup Baik
10	Area parkir yang memadai	3.26	4.44	0.73	65.1%	Cukup Baik
11	Ketersediaan ruangan dan peralatan praktikum	2.89	4.50	0.64	57.8%	Cukup Baik
Rata-rata Bukti Fisik :		3.11	4.45	0.70	62.2%	Cukup Baik

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2018.

Tabel 5
Analisis Reliability

No	Keterangan	Performance	Expectations	Indeks Kepuasan Pelanggan = Performance/Expectations	%	Ket.
1	Mata kuliah sesuai dengan kebutuhan di dunia kerja	3.28	4.51	0.73	65.6%	Cukup Baik
2	Jadwal kuliah yang tidak bentrok	2.82	4.52	0.62	56.4%	Cukup Baik
3	Jadwal ujian tidak berubah-ubah	3.13	4.44	0.71	62.7%	Cukup Baik
4	Obyektivitas penilaian hasil ujian	3.09	4.47	0.69	61.8%	Cukup Baik
5	Ketepatan waktu pembagian Kartu Kemajuan Studi / KKS	2.81	4.37	0.64	56.2%	Cukup Baik
6	Penghitungan IPK, IPS yang akurat	3.10	4.44	0.70	62.0%	Cukup Baik
Rata-rata Kehandalan		3.04	4.46	0.68	60.8%	Cukup Baik

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2018.

Tabel 6
Analisis Responsive

No	Keterangan	Performance	Expectations	Indeks Kepuasan Pelanggan = Performance/Expectations	%	Ket.
1	Kemampuan dosen memberikan bimbingan dan konsultasi	3.34	4.55	0.73	66.9%	Cukup Baik
2	Proses belajar mengajar yang interaktif	3.48	4.48	0.78	69.6%	Baik
3	Kesederhanaan dan kelancaran prosedur administrasi	2.88	4.32	0.67	57.6%	Cukup Baik
4	Kemudahan dan kelancaran penggunaan fasilitas yang ada	2.94	4.43	0.66	58.9%	Cukup Baik
5	Kecepatan pelayanan	2.67	4.46	0.60	53.3%	Cukup Baik
6	Pelaksanaan janji pelayanan	2.74	4.52	0.61	54.9%	Cukup Baik
Rata-rata Cepat Tanggap :		3.01	4.46	0.67	60.2%	Cukup Baik

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2018.

Tabel 7
Analisis Assurance

No	Keterangan	Performance	Expectations	Indeks Kepuasan Pelanggan = Performance/Expectations	%	Ket.
1	Status Akreditasi Program Studi yang Baik	3.69	4.72	0.78	65.6%	Cukup Baik
2	Akurasi perhitungan IPS/IPK	3.28	4.47	0.73	65.6%	Cukup Baik
3	Jenjang/kualifikasi pendidikan para Dosen	3.50	4.39	0.80	70.0%	Baik

No	Keterangan	Performance	Expectations	Indeks Kepuasan Pelanggan = Performance/Expectations	%	Ket.
4	Jenjang/kualifikasi pendidikan para Karyawan	3.23	4.04	0.80	64.7%	Cukup Baik
5	Kemampuan Dosen dan Karyawan melayani mahasiswa	3.41	4.12	0.83	68.2%	Cukup Baik
6	Pengembalian hasil evaluasi/ penilaian oleh dosen	2.96	4.24	0.70	59.1%	Cukup Baik
7	Penilaian perkuliahan secara objektif	3.47	4.44	0.78	69.3%	Baik
8	Ketersediaan kurikulum dan silabus mata kuliah	3.18	4.37	0.73	63.6%	Cukup Baik
Rata-rata Jaminan :		3.34	4.35	0.77	65.8%	Cukup Baik

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2018.

Tabel 8
Analisis Empathy

No	Keterangan	Performance	Expectations	Indeks Kepuasan Pelanggan = Performance/Expectations	%	Ket.
1	Kemudahan menghubungi Dosen dan Karyawan	3.06	4.41	0.69	61.1%	Cukup Baik
2	Keramahmatan Dosen dan Karyawan	3.36	4.48	0.75	67.1%	Cukup Baik
3	Kesempatan memperoleh beasiswa	2.93	4.56	0.64	58.7%	Cukup Baik
4	Dosen Pembimbing memahami kebutuhan Mahasiswa	3.01	4.52	0.67	60.2%	Cukup Baik
Rata-rata Empati :		3.09	4.49	0.69	61.8%	Cukup Baik
Rata-rata Total		3.12	4.44	0.70	62.1%	Cukup Baik

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2018.

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat di jelaskan beberapa hal-hal sebagai berikut :

- Rata-rata Indeks Kepuasan pelanggan (IKP)** secara total adalah sebesar 0,70 masuk kategori Baik (Riduan, 2004). IKP untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 9
Analisis IKP dan Kualitas Pelayanan

Variabel	IKP	%	Keterangan
X ₁ (Tangible)	0.70	0.62	Cukup Baik
X ₂ (Reliability)	0.68	0.61	Cukup Baik
X ₃ (Responsiveness)	0.67	0.60	Cukup Baik
X ₄ (Assurance)	0.77	0.66	Cukup Baik
X ₅ (Emphaty)	0.69	0.62	Cukup Baik
Rata-rata	0.70	0.62	Cukup Baik

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2018.

- Persentase (%) capaian kinerja pelayanan aktual (performance)**, diperoleh dengan cara membagi total skor kuisisioner dengan jumlah responden kali skor tertinggi kali 100 % atau (Total skor setiap kuisisioner) (Jumlah Responden x 5). Semakin tinggi hasil persentase (mendekati 100%) maka semakin tinggi kinerja pelayanan sebagaimana yang ditanyakan dalam kuisisioner tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka persentase kinerja pelayanan yang diberikan oleh PTS di wilayah IV.B Jawa Barat yang paling tinggi adalah pada variabel jaminan (*Assurance*) yaitu sebesar 66% sedangkan kinerja pelayanan ter-rendah adalah pada variabel Cepat Tanggap (*Responsiveness*) dengan prosentase 60%.

- c. **Capaian kinerja kualitas pelayanan per indikator (kuisisioner)**, secara rata-rata masuk kategori “Cukup Baik”, namun secara parsial terdapat beberapa instrumen/kuisisioner pelayanan yang masuk kategori “Baik”, yaitu kinerja kelengkapan dan kesiapan media perkuliahan, penampilan dan busana dosen dan karyawan, proses belajar mengajar yang interaktif, jenjang/ kualifikasi pendidikan para dosen, dan penilaian perkuliahan secara objektif.

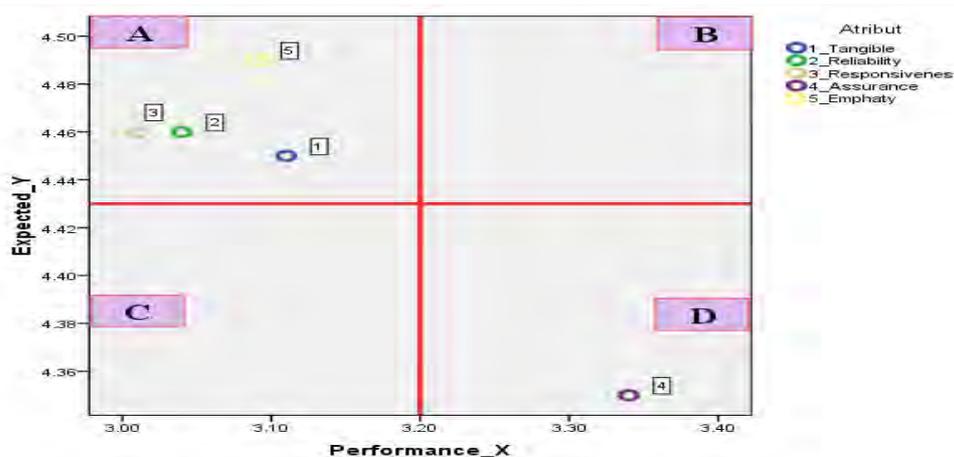
Berdasarkan tabel ringkasan analisis IKP, selanjutnya dilakukan penilaian *importance-performance analysis* (IPA) pada setiap variabel kualitas pelayanan dan perhitungan tingkat kesesuaian pelayanan pada Perguruan Tinggi Swasta yang ada di wilayah IVB Jawa Barat pada tingkat Sekolah Tinggi seperti pada tabel berikut :

Tabel 10
Ringkasan Analisis IKP dan Kualitas Pelayanan

Variabel	Rata-rata Kinerja (Performance) (Xi)	Rata-rata Harapan (Expected) (Yi)	Tingkat Kesesuaian (Tki)
X ₁ (Tangible)	3.11	4.45	69.84
X ₂ (Reliability)	3.04	4.46	68.15
X ₃ (Responsiveness)	3.01	4.46	67.47
X ₄ (Assurance)	3.34	4.35	76.76
X ₅ (Empathy)	3.09	4.49	68.77
Jumlah :	15.59	22.21	350.98
Rata-rata IPA :	3.12	4.44	70.20

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2018.

Rata-rata kinerja per variabel kualitas pelayanan adalah 3,12 dan rata-rata harapan 4,44.



Gambar 3
Diagram Kartesius Per Variabel Kualitas Pelayanan

Keterangan :

TKI = Tingkat kesesuaian responden sebagai titik acuan pelayanan untuk menentukan posisi kuadran. Dalam diagram/gambar di atas berupa lingkaran koordinat IPA.

Gambar di atas menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan jasa seperti Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Cepat tanggap (*Responsive*), dan Empati (*Empathy*) berada pada kuadran A, yang menunjukkan bahwa kinerja variable-variabel tersebut lebih rendah dari keinginan mahasiswa sehingga kinerja PTS di komisariat IVB APTISI Jawa Barat (Purwakarta dan Subang) masih harus ditingkatkan lagi agar lebih optimal. Variabel Jaminan

(Assurance), berada pada kuadran D, yang menunjukkan bahwa kinerja variabel tersebut berada pada tingkat tinggi, tetapi keinginan konsumen akan kinerja variabel tersebut hanya rendah saja sehingga organisasi perlu mengurangi hasil yang dicapai agar dapat mengefisienkan sumberdaya organisasi. PTS harus lebih menambahkan sumberdayanya, memfokuskan lagi upayanya untuk meningkatkan kinerja variabel Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Cepat tanggap (*Responsive*), dan Empati (*Empathy*) sedangkan variabel Jaminan (*Assurance*) sudah dianggap sangat baik.

SIMPULAN

Mengacu kepada hasil dan pembahasan penelitian, maka disimpulkan bahwa :

1. Indeks kepuasan mahasiswa (IKM) masuk kategori baik, dengan IKM tertinggi pada variabel jaminan (*assurance*), yaitu sebesar 0.77 (Baik) dan yang terendah adalah variabel cepat tanggap (*responsiveness*) sebesar 0.67 (Cukup Baik).
2. Rata-rata capaian penilaian kinerja (*performance*) pelayanan secara total, yang paling tinggi pada variabel jaminan (*assurance*) yaitu sebesar 66% sedangkan kinerja pelayanan terendah pada variabel Cepat Tanggap (*Responsiveness*) yaitu sebesar 60%.
3. Capaian kinerja kualitas pelayanan per indikator (kuisisioner), secara rata-rata masuk kategori “Cukup Baik” namun secara parsial terdapat beberapa instrumen/kuisisioner pelayanan yang masuk kategori “Baik”, yaitu kinerja : kelengkapan dan kesiapan media perkuliahan, penampilan dan busana dosen dan karyawan, proses belajar mengajar yang interaktif, jenjang/kualifikasi pendidikan para dosen, dan penilaian perkuliahan secara objektif.
4. Hasil analisis IPA menggunakan diagram Kartesius, menunjukkan bahwa :
 - (1) Variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsive*, dan *Empathy* berada pada kuadran A, yang menunjukkan bahwa kinerja variabel-variabel tersebut lebih rendah dari keinginan mahasiswa PTS di komisariat IVB APTISI Jawa Barat (Purwakarta dan Subang).
 - (2) Variabel *Assurance*, berada pada kuadran D, yang menunjukkan bahwa kinerja variabel tersebut berada pada tingkat tinggi namun demikian keinginan mahasiswa akan kinerja variabel tersebut hanya rendah saja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku : Penulis Tunggal

- Haemmoon.2000.*Revisiting importance–performance analysis*. Tourism Management.
- Kotler, Philip, 2001.*Manajemen Pemasaran*. Alihbahasa oleh AB Susanto. Jakarta : Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy,1998. *Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Umar, H, 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Buku : Multiple authors

- Berry, L, and Parasuraman. 1991. *Marketing Service Competing Through Quality*. New York: The Free Press.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane.2000.*Marketing Management*. Millenium Edition. Prentice Hall Inc.
- Sima, V., & Gheorghe, I.G.2017. *Customer satisfaction in the consumption of green products. Socio-Economic Perspectives on Consumer Engagement and Buying Behavior*. Book chapter. IGI Global, pp. 59-92.
- Swasta, B dan Handoko,T.Hani, 2000. *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty.

Jurnal Ilmiah :

Jurnal Versi Print

- Ayu Made Srinadi, I Gusti dan Eka Nilakusmawati, Desak Putu, 2008. *Faktor- Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas Sebagai Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana)*. FMIPA Universitas Udayana. Denpasar. Jurnal Ilmiah Pendidikan. Cakrawala Pendidikan. Th. XXVII N0.3 :217-231
- Farliana, S. 2017. *Evaluasi Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Pendidikan Lembaga Pendidikan Tinggi Abc Di Cikarang*. Jurnal Formatif 7(1), 56-65, ISSN: 2088-351X.
- Kardoyo, dkk. (2016). *Analisis Kepuasan Pelayanan Perguruan Tinggi (Kasus pada Prodi Magister Pendidikan Ekonomi Unnes)*. Cakrawala Pendidikan. Juni 2016. Th. XXXV. No. 2.
- Nguyen, B., X. Yu, T.C. Melewar, & J. Hemsley-Brown. 2016. *Brand ambidexterity and commitment in higher education: An exploratory study*. Journal of Business Research 69 (8): 3105–3112.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry. 1988. *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. Journal of Retailing 64 (1): 12–40.
- Prayag, G., Hassibi, S., & Nunkoo, R. 2018. *A systematic review of consumer satisfaction studies in hospitality journals: conceptual development, research approaches and future prospects*. Journal of Hospitality Marketing & Management. 1–30
- Smith, W. (2019). *The role of environment clubs in promoting ecocentrism in secondary schools: student identity and relationship to the earth*. Journal of Environmental Education. 50(1), pp. 52-71.
- Sultan, P. & Wong, H.Y. (2019). *How service quality affects university brand performance, university brand image and behavioural intention: the mediating effects of satisfaction and trust and moderating roles of gender and study mode*. Journal of Brand Management. 26(3), pp. 332-347.
- Zeithaml, V.A. 1988. *Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence*. Journal of Marketing 52. July: 2–22.
- Zul Irmayani, 2014. *Aplikasi Importance Performance Analysis (IPA) dalam Menilai Kualitas Pelayanan Pembuatan Kartu Ak.1 Pada dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Cilacap*. Jurnal Pena Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Universitas Pekalongan: Vol. 19. No. 2 :1-15

Jurnal Versi Elektronik

- Martinez dalam Ariyoso dan Budi Wahyono, 2009. *Olah Data Statistik, Langkah-langkah Importance Performance Analysis (IPA)*. Google.

**ANALISIS PERPUTARAN PIUTANG DAN
PERPUTARAN PERSEDIAAN TERHADAP RETURN
ON ASSETS**

Yuli Surya Fauzia Pertami¹

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
ulipertami@gmail.com

Wiwin Sukiati²

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
wiwin.sukiati@yahoo.com

Lulu Kurnia Ningsih³

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
lulukurnian@gmail.com

Abstract

Profitability ratios make it easy for companies to analyze a company's ability to earn and generate profits over time. The better profitability ratio, the better the ability to describe the company's high profitability. One of the profitability ratios, namely Return on Assets (ROA), is a ratio that shows how much the asset contributes to creating net income. The purpose of the research was to determine the effect of accounts receivable turnover and inventory turnover partially and simultaneously. The research methodology used is descriptive and associative. This research was conducted on the Manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2013-2017 was using purposive sampling. Based on the results of partial or t test, the variable accounts receivable turnover has a significant negative effect on Return on Assets ($0,0028 < 0,05$), while inventory turnover has no effect and is not significant for Return on Assets ($0,1669 > 0,05$). The results of research simultaneously or the F test, the variable receivable turnover and inventory turnover significantly influence profitability with the significancy value $0.006 < 0.05$.

Keywords : Receivable Turnover, Inventory Turnover, Profitability, Return on Assets (ROA)

Abstrak

Rasio profitabilitas memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam memperoleh dan menghasilkan laba dari waktu ke waktu. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Salah satu rasio profitabilitas yaitu Return on Assets (ROA), merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh perputaran piutang dan perputaran persediaan secara parsial dan simultan terhadap Return on Assets. Metodologi penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan asosiatif. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017 dengan menggunakan purposive sampling. Berdasarkan hasil secara parsial atau Uji t, variabel perputaran piutang berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Return on Assets ($0,0028 < 0,05$), sedangkan perputaran persediaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Return on Assets ($0,1669 > 0,05$). Hasil penelitian secara simultan atau Uji F, variabel perputaran piutang dan perputaran persediaan berpengaruh secara signifikan terhadap Return on Assets dengan nilai signifikansi $0.006 < 0.05$.

Kata Kunci : Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Profitabilitas, Return on Assets (ROA)



PENDAHULUAN

Tujuan utama didirikannya sebuah perusahaan adalah memaksimalkan laba dan untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan manajemen dengan tingkat efektifitas yang tinggi. Manajemen yang efektif dapat ditunjukkan dari seberapa banyak laba yang dihasilkan dari penjualan dan juga seberapa besar rasio profitabilitas yang dicapai.

Selain untuk memperoleh laba dalam jumlah yang optimal, perusahaan juga harus tetap dapat menjaga keberlangsungan hidupnya dengan saling bersaing untuk memperoleh keuntungan yang akan digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan setiap hari, seperti pembelian bahan mentah, membayar upah buruh, membayar gaji pegawai, dan lain sebagainya.

Salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yaitu dengan melakukan kegiatan penjualan, baik secara kredit ataupun tunai. Penjualan kredit dipilih oleh perusahaan untuk menarik minat pelanggan dan juga untuk menaikkan volume penjualan.

Perusahaan tidak segera menghasilkan penerimaan kas jika menggunakan sistem penjualan kredit melainkan akan menimbulkan piutang. Piutang merupakan salah satu modal yang dibutuhkan perusahaan untuk aktivitas perusahaan. Maka dari itu, piutang dari aktivitas penjualan kredit harus diputar kembali. Tingkat perputaran piutang dipengaruhi oleh jangka waktu pembayaran kredit. Semakin panjang jangka waktu kredit, maka semakin rendah rasio perputaran piutang dalam suatu periode (Riyanto, 2001:90). Semakin tinggi rasio perputaran piutang berarti semakin cepat piutang tersebut dapat dikonversi menjadi kas. Dengan kata lain semakin cepat piutang diubah menjadi kas berarti semakin cepat kas tersebut dapat dipergunakan kembali dan risiko kerugian dari piutang dapat diminimalisasi.

Tabel 1
Rasio perputaran piutang PT Indofood Sukses Makmur Tbk
Tahun 2013–2017

TAHUN	KUARTAL/BULAN			
	I/MARET	II/JUNI	III/SEPTEMBER	IV/DESEMBER
2013	164	152	1.545	1.691
2014	1.691	1.691	1.691	872
2015	852	855	855	5.196
2016	6.741	8.404	8.367	19.239
2017	19.216	19.033	-	-

Sumber: Laporan keuangan perusahaan

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa rasio perputaran piutang PT Indofood berfluktuasi atau tidak stabil yang mana akan berpengaruh terhadap efektifitas dan efisiensi dari penggunaan kas perusahaan. Selain piutang ada juga persediaan yang penting bagi aktivitas perusahaan. Kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan baik secara tunai ataupun kredit melibatkan persediaan. Jika transaksi dilakukan secara kredit, untuk menambah kembali persediaan maka perusahaan harus dapat mengelola perputaran piutang agar dapat menghasilkan persediaan kembali. Maka dari itu perusahaan sangat perlu untuk memperhatikan jumlah persediaannya agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar.



Gambar 1.1
Grafik rata-rata Perputaran Persediaan (Hari)

Sumber: cnbcindonesia.com

Mengacu pada gambar di atas inventory turnover Grup Astra terlihat menguat dari 45 hari pada 2016 menjadi 41 hari pada tahun lalu (2017). Artinya, perseroan rata-rata mampu menjual barangnya 4 hari lebih cepat dari tahun lalu, dibanding dengan periode 2016. Hanya saja, jika dibandingkan dengan rerata Industri (per 2017) yang hanya 36 hari, angka tersebut masih lebih lama. Berdasarkan tren jangka menengah, kenaikan perputaran inventori Astra pada tahun lalu juga masih rendah dibandingkan dengan posisi 2013 yang kala itu mencapai 34 hari (cnbcindonesia.com).

Perputaran piutang dan perputaran persediaan di dalam perusahaan merupakan aspek yang penting karena berhubungan dengan aktivitas perusahaan dan keberlangsungan perusahaan di masa depan. Maka dari itu, penelitian ini akan mengangkat topik tentang analisis perputaran piutang dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas.

LITERATUR

Perputaran Piutang

Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang dalam satu periode. Atau berapa kali dana yang tertanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode (Kasmir, 2015:241)

Rasio perputaran piutang dihitung sebagai hasil bagi antara besarnya tingkat penjualan kredit dengan rata-rata piutang usaha. Yang dimaksud dengan rata-rata piutang usaha di sini adalah piutang awal tahun ditambah piutang usaha akhir tahun lalu dibagi dua. Semakin tinggi rasio perputaran piutang usaha menunjukkan bahwa modal kerja yang tertanam dalam piutang usaha semakin kecil dan hal ini berarti semakin baik bagi perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah rasio perputaran piutang usaha menunjukkan bahwa modal kerja yang tertanam dalam piutang usaha semakin besar (*over invesment*) dan hal ini berarti semakin tidak baik bagi perusahaan (Hery, 2015:212).

Perputaran Persediaan

Perputaran persediaan menunjukkan berapa kali persediaan dapat berputar dalam setahun. Semakin tinggi tingkat perputaran persediaan, maka semakin cepat dana yang tertanam dalam persediaan berputar kembali menjadi uang kas (Sugiyono dan Untung, 2016:62).

Rasio perputaran persediaan dihitung sebagai hasil bagi antara besarnya penjualan (atau harga pokok penjualan) dengan rata-rata persediaan. Yang dimaksud dengan rata-rata persediaan di sini adalah persediaan barang dagang awal tahun ditambah persediaan barang dagang akhir tahun lalu dibagi dua (Hery, 2015:214).

Rasio ini untuk mengetahui perputaran persediaan yang terjadi dalam perusahaan. Tingkat perputaran persediaan (*inventory turnover*), menunjukkan berapa kali persediaan tersebut diganti dalam arti dibeli dan dijual kembali. Semakin tinggi tingkat perputaran persediaan tersebut maka jumlah modal kerja yang dibutuhkan (terutama yang harus diinvestasikan dalam persediaan) semakin rendah. Semakin cepat atau semakin tinggi tingkat perputaran akan memperkecil resiko terhadap kerugian (Munawir, 2014:119). Semakin tinggi perputaran persediaan, maka biaya yang dikeluarkan untuk pemeliharaan dan penyimpanan di gudang semakin rendah sehingga menghemat biaya. Semakin kecil biaya yang ditanggung oleh perusahaan makin semakin besar pula profitabilitas yang di dapat (Bambang Riyanto, 2001:73).

Rasio Profitabilitas

Kinerja perusahaan dapat diketahui dengan menggunakan rasio profitabilitas yang dapat menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya perusahaan dalam menghasilkan laba yang efisien dan bagaimana efektifitas manajemen dalam mengelola sumber dana yang dimiliki perusahaan.

Rasio profitabilitas dapat disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan dari masing-masing perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan sebagian atau keseluruhan dari jenis-jenis rasio profitabilitas. Adapun jenis-jenis rasio profitabilitas yang lazim digunakan perusahaan dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, menurut Hery (2015:228) adalah: *Return on Assets*, *Return on Equity*, *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin* dan *Net Profit Margin*.

Rasio profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Assets*. *Return On Assets* menunjukkan berapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan bila diukur dari nilai asetnya (Toto, 2011:154). Semakin besar rasio ini semakin baik. Hal ini berarti bahwa aktiva dapat lebih cepat berputar dan meraih laba (Sofyan, 2010:305). Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam aset (Hery, 2015:228).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif. Jenis data yang akan digunakan adalah data panel, data didapat dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Sampel diambil dengan teknik *purposive sampling* yakni teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, dari populasi sebanyak 167 perusahaan terpilih 56 perusahaan sebagai sampel penelitian. Perputaran piutang sebagai variabel X1 dihitung dengan membagi penjualan kredit dengan rata-rata piutang, perputaran persediaan sebagai variabel X2 dihitung dengan membagi penjualan dengan rata-rata persediaan, dan *Return on Assets* diukur dengan membagi laba bersih dengan total aset.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji regresi linear berganda yaitu pengujian yang dilakukan untuk melihat pengaruh dari dua variabel bebas terhadap variabel terikatnya, namun masih menunjukkan hubungan linear.

Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen maka dilakukan uji t. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima yang berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak yang berarti variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 2
Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.287033	0.499068	1.824913	0.1814
X1	-0.098044	0.035628	-3.430534	0.0028
X2	0.035840	0.021561	1.635782	0.1669

Sumber: Ouput Eviews 10

Berdasarkan tabel di atas, hasil Uji t (Uji Parsial) yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Perputaran piutang

Berdasarkan hasil output dapat terlihat bahwa nilai signifikansi variabel perputaran piutang (X1) sebesar $0,0028 < 0,05$ (taraf signifikansi penelitian). Ini berarti bahwa variabel perputaran piutang berpengaruh terhadap *Return on Assets*. Dari tabel di atas juga dapat terlihat bahwa perputaran piutang berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *Return on Assets*.

b. Perputaran persediaan

Berdasarkan hasil output dapat terlihat bahwa nilai signifikansi variabel perputaran persediaan (X2) sebesar $0,1669 > 0,05$ (taraf signifikansi penelitian). Ini berarti bahwa variabel perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap *Return on Assets*. Selain itu juga dapat terlihat bahwa perputaran persediaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Return on Assets*.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi koefisien korelasi ganda. Jika Fhitung > Ftabel, maka H0 ditolak yang berarti adanya pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, sebaliknya jika Fhitung < Ftabel, maka H0 diterima yang berarti tidak signifikannya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 3
Hasil Uji F

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.737520	Mean dependent var	0.012814
Adjusted R-squared	0.387033	S.D. dependent var	0.163857
S.E. of regression	0.109611	Akaike info criterion	-1.833408
Sum squared resid	0.343053	Schwarz criterion	-1.296401
Log likelihood	44.46698	Hannan-Quinn criter.	-1.088243
F-statistic	3.103708	Durbin-Watson stat	1.978421
Prob(F-statistic)	0.006584		

Sumber: Ouput Eviews 10

Dari tabel dapat terlihat bahwa hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan angka F statistik didapat sebesar 3.103 dengan nilai signifikansi F sebesar 0.006 yang berada di bawah tingkat alpha 0.05. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh perputaran piutang dan perputaran persediaan secara bersama-sama terhadap *Return on Assets*.

Perputaran piutang berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *Return on Assets*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andik Bayu Okiawan (2018), dan Erik Pebrin Naibaho & Sri Rahayu (2014), yang menyatakan bahwa perputaran piutang berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Hasil dari pengujian ini tidak sesuai dengan konsep perputaran piutang, di mana semakin tinggi perputaran piutang maka akan semakin bagus profitabilitas perusahaannya. Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan belum efektif dan efisien dalam mengelola piutang, misalnya tidak mampu memperkirakan piutang yang tidak tertagih, tidak memberikan kebijakan yang ketat dalam pembayaran piutang. Selain itu hal tersebut juga dapat terjadi karena piutang tidak segera menghasilkan kas yang merupakan elemen dari modal kerja yang selalu berputar dan termasuk ke dalam aset lancar.

Perputaran persediaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Return on Assets*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Deannes Isyuardhana & Sandy Hardianto (2015) yang menyatakan bahwa perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil dari pengujian ini tidak sesuai dengan konsep bahwa semakin tinggi perputaran persediaan maka akan semakin besar profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat terjadi disebabkan karena perusahaan belum efektif dan efisien dalam mengelola persediaan yang tersimpan di gudang, volume penjualan yang tidak stabil dan terjadinya penumpukkan persediaan. Maka dari itu hasil dari perputaran persediaan tersebut tidak akan diikuti dengan profitabilitas perusahaan karena setiap rupiah dana yang ada digunakan kembali untuk aktivitas perusahaan seperti membiayai pemeliharaan dan penyimpanan persediaan yang tersimpan di gudang.

Perputaran piutang dan perputaran persediaan berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan Nur Esa Purnama Sari & Ruzikna (2017), Erik Pebrin Naibaho & Sri Rahayu (2014), Riris Setiowati (2018) Andik Bayu Okiawan (2018), dan Deannes Isyuardhana & Sandy Hardianto (2015) yang menyatakan bahwa perputaran piutang dan perputaran persediaan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Piutang terjadi karena adanya aktivitas penjualan barang/jasa secara kredit, di mana jika penjualan dilakukan secara kredit maka persediaan akan keluar dari gudang dan persediaan akan berkurang dan akan timbul piutang dengan jangka waktu pembayaran. Jika perusahaan mengelola dengan baik piutang dan persediaan yang merupakan aset lancar yang sifatnya selalu berputar maka akan memberikan profitabilitas yang baik untuk perusahaan sehingga dapat digunakan untuk kegiatan perusahaan jangka panjang. Jika perputaran piutang dan perputaran persediaan semakin baik atau semakin tinggi secara bersama-sama maka profitabilitas perusahaan pun akan meningkat.

SIMPULAN

Perputaran piutang secara parsial berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *Return on Assets*. Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan belum efektif dan efisien dalam mengelola piutang, selain itu juga dapat terjadi karena piutang yang ada di dalam perusahaan tidak segera menghasilkan kas.

Perputaran persediaan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Return on Assets*. Hal ini dikarenakan perusahaan belum efektif dan efisien dalam mengelola persediaan yang tersimpan di gudang. Maka dari itu hasil dari perputaran persediaan tersebut tidak akan diikuti dengan profitabilitas perusahaan.

Secara simultan (bersama-sama) perputaran persediaan dan perputaran piutang berpengaruh secara signifikan terhadap *Return on Assets*. Jika perusahaan mengelola dengan baik piutang dan persediaan dengan semakin baik maka profitabilitas perusahaan akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayu Okiawan, Andik. 2018. Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2017. Repositori STIE PGRI Dewantara Jombang. ISSN 2622-2698 Vol 2 No. 1 Mei 2018.
- Cnbnindonesia.com. 2018. Laba Bersih Naik, Kenapa Saham ASII Tertekan?
- Harahap, Sofyan Syafri. 2010. Analisis Kritis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hery. 2015. Analisis Laporan Keuangan. "Pendekatan Rasio Keuangan". Yogyakarta: CAPS.
- Isyuwardhana, Deannes dan Sandy Hardiyanto. 2015. Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Persediaan dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2010-2013). Jurnal Universitas Telkom.
- Kasmir. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Ed. 1. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lestiowati, Riris. 2018. Analisis Perputaran Persediaan dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). Jurnal Akuntansi Vol. 6 No. 1 JUNI 2018.
- Munawir. 2014. Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Naibaho, Erik Pebrin dan Sri Rahayu. 2014. Pengaruh Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2008- 2012). e-Proceeding of Management : Vol. 1, No. 3 Desember 2014 page 279-290.
- Prihadi, Toto. 2011. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Grafindo Persada.
- Riyanto, Bambang. 2001. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta.
- Sari, Nur Esa Purnama dan Ruzikna. 2017. Pengaruh Persediaan dan Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Industri Dibidang Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014. JOM FISIP Vol. 4 No. 1 – Februari 2017.

**ANALISIS PERANAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA
(Survey Tempat Kuliner di Kota Cimahi Kelurahan
Cimahi Kecamatan Cimahi Tengah)**

Devi Intan Setyaningsih¹

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
deviintans98@gmail.com

Hadi Ahmad Sukardi²

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
dias.mangarai@gmail.com

Abstract

Marketing director of digital case is about the marketing including wonderful indonesia a branding the use of various based media the web as blog , a web site institute , e-mail, adwords , on the great commission nor the social networking .The lack of interest in made by is the wish of , of interest it was , as well as the willingness of work hard or are strong willed of actually trying to meet the needs of his life and create new businesses without fear with the ever present risk that was going to happen as well as will not cease to learn from the failure of a made by.

Keywords : Digital Marketing , Entrepreneurial Interest

Abstrak

Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, web site, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam berwirausaha.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Minat Berwirausaha



PENDAHULUAN

Perkembangan Internet telah memengaruhi perkembangan ekonomi di Indonesia. Salah satunya adalah dapat melakukan pemasaran melalui *digital marketing*. Pemasaran digital atau *Digital Marketing* merupakan suatu bentuk program mempromosikan atau memasarkan sebuah merk dengan menggunakan media *digital* (Internet). *Digital Marketing* saat ini merupakan media yang sangat efektif dan populer untuk dapat dijadikan sebagai media promosi. Hal ini terjadi akibat adanya perkembangan dalam dunia internet dan teknologi yang memiliki dampak cukup tinggi pada angka pengguna internet sehingga internet menjadi sebuah market yang sangat prospektif. *Digital Marketing* ini juga merupakan solusi yang banyak dipakai pada saat ini karena dapat menjangkau pelanggan secara maksimal.

Indonesia masuk kedalam 10 besar negara dengan pengguna internet terbesar di dunia, tepatnya menduduki peringkat ke-6 di atas Rusia, Jerman, Meksiko dan Nigeria. Pada tahun 2013 sekitar 72,8 juta saja dan kemudian meningkat menjadi 83,7 juta pada tahun 2014. Di tahun 2015 terjadi peningkatan menjadi 93,4 juta yang akhirnya menjadi 102,8 juta di tahun 2016. Pada tahun 2017, mencapai 112,6 juta pengguna dan kembali melonjak pada tahun 2018 mencapai 123 juta.

Penggunaan *digital marketing* sudah sangat berkembang mengingat pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat. Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12%. Data diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019. Dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% yang sudah terhubung ke internet. Situs yang sering digunakan oleh penduduk Indonesia salah satunya adalah Google dan Youtube. Dengan adanya Google dan Youtube tidak heran apabila *digital marketing* dapat berkembang secara pesat sehingga dapat menimbulkan suatu minat berwirausaha bagi sekelompok orang khususnya di Kota Cimahi.

Minat berwirausaha muncul karena adanya pengetahuan dan informasi mengenai kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan untuk berpartisipasi secara langsung dalam rangka mencari pengalaman dan akhirnya timbul keinginan untuk memperhatikan pengalaman yang telah didapatkan tersebut. Serta mempunyai perasaan senang dan mempunyai keinginan untuk terlibat dalam kegiatan pengambilan resiko, untuk menjalankan bisnis atau usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada, dan menciptakan bisnis baru dengan pendekatan inovatif. Minat berwirausaha tidak dimiliki dengan begitu saja, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan.

Salah satu contoh dari adanya minat berwirausaha adalah munculnya perusahaan yang bergerak dibidang kuliner. Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata. Saat ini kuliner sudah menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan kuliner sangat berkembang pesat dan semakin diminati oleh masyarakat. Khususnya di Kota Cimahi yang merupakan kota industri saat ini menjadi kota potensial untuk berbisnis dalam segala bidang. Salah satunya bidang kuliner yang saat ini sudah berkembang dengan pesat. Kota Cimahi menjadi salah satu tempat yang memiliki banyak tempat makan seperti restoran atau kafe. Maka saat ini populernya kuliner di Kota Cimahi bermunculan dengan berbagai jenis restoran dan café yang semakin kreatif dan inovatif yang menarik untuk masyarakat kunjungi.

LITERATUR

Digital marketing atau Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merk dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan

(2009:47) menyatakan bahwa *digital marketing* adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, web site, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Dan menurut Coviello, Milley And Marcolin (2001:26) menyatakan bahwa *digital marketing* ialah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi.

Menurut Sutanto dalam Sifa (2016:277) menyatakan bahwa Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam berwirausaha. Menurut Basrowi (2016:34) menyatakan bahwa Minat berwirausaha adalah perubahan sikap dan pandangan generasi muda calon intelektual bangsa kita dan perubahan sikap orang tua yang menyenangkan dan mengizinkan putra-putrinya untuk terjun kebidang bisnis. Para remaja banyak mengatakan bahwa mereka sangat menyenangkan kegiatan bisnis, karena pekerjaan bisnis cukup menjanjikan dimasa depan. Untuk mengantisipasi pekerjaan bisnis, mereka mempersiapkan bekal, berupa mental dan keterampilan menunjang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif dan Asosiatif. Jenis penelitian ini berdasarkan tujuannya adalah *Basic Research* (Penelitian dasar). Jenis penelitian ini berdasarkan metodenya adalah Metode Survey. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 112 tempat kuliner. Namun dalam penelitian ini peneliti tidak mungkin untuk dapat meneliti seluruh populasi. Dikarenakan beberapa alasan diantaranya keterbatasan waktu penelitian, keterbatasan tenaga dan biaya. Maka peneliti meneliti sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diteliti tersebut dapat mewakili bagian lain yang diteliti. Maka sampel yang diteliti oleh peneliti didalam penelitian ini sebanyak 25 responden.

Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti didalam penelitian ini adalah uji validitas dihitung untuk membandingkan nilai r_{hitung} (correlated item-total correlation) dengan nilai r_{tabel} jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dikatakan sebagai pernyataan yang valid. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi sebuah kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Analisis koefisien regresi sederhana adalah analisis statistik yang digunakan untuk memprediksi ada tidaknya keterkaitan antar variabel dalam penelitian. Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen. Analisis koefisien determinasi adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel X (*Digital Marketing*) terhadap variabel Y (Minat Berwirausaha). Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel X (*Digital Marketing*) terhadap variabel Y (Minat Berwirausaha).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

Variabel X (<i>Digital Marketing</i>)	Variabel Y (Minat Berwirausaha)	Valid

Sumber : data primer yang telah diolah peneliti, 2019

Hasil uji validitas yang dilakukan pada kedua variabel antara variabel X (*Digital Marketing*) dan variabel Y (Minat Berwirausaha) dapat diketahui bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari nilai r_{tabel} dengan signifikan 5% yakni 0,396 sehingga seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Digital Marketing</i>	0,954	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,995	Reliabel

Sumber : data primer yang telah diolah peneliti, 2019

Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Dimana dapat diketahui bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* kedua variabel dalam penelitian ini bernilai > 0,6 sehingga kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel

Tabel 1.3 Hasil Uji Deskriptif

Variabel	Nilai uji deskriptif	Keterangan
<i>Digital Marketing</i>	3,05	Cukup Baik
Minat Berwirausaha	3,81	Baik

Sumber : data primer yang telah diolah peneliti, 2019

Hasil uji deskriptif untuk kedua variabel antara variabel X (*Digital Marketing*) terhadap variabel Y (Minat Berwirausaha) memiliki hasil uji untuk variabel X (*Digital Marketing*) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,05 yang berada pada interval 2,61 – 3,40 sehingga dapat diimplementasikan dengan cukup baik. Dan untuk variabel Y (Minat Berwirausaha) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,81 yang berada pada interval 3,41 – 4,20 sehingga dapat diimplementasikan dengan baik.

Tabel 1.4 Hasil Analisis Koefisien Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std Error	Beta		
<i>Digital Marketing</i>	-40,741	7,881		-5,170	.000
	2,233	.183	.928	12,191	.000

Sumber : data primer yang telah diolah peneliti, 2019

Berdasarkan hasil analisis yang tersaji pada Tabel di atas, dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel X yaitu 2,233 dengan konstanta sebesar -40,741. Berdasarkan data tersebut maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -40,741 + 2,233 (X)$$

Jika diuraikan secara lebih rinci, maka:

1. Nilai -40,741 merupakan nilai konstanta dalam persamaan ini. Nilai konstanta bermakna bahwa Minat Berwirausaha bernilai -40,741 jika koefisien regresi variabel *Digital Marketing* bernilai 0 atau ditiadakan.
2. Koefisien regresi *Digital Marketing* terhadap Minat Berwirausaha bernilai 2,233 artinya jika diasumsikan apabila *Digital Marketing* meningkat 1 maka Minat Berwirausaha akan meningkat 2,233. Dengan demikian *Digital Marketing*

memberikan kontribusi positif sebesar 2,233 dengan asumsi variabel bebas lainnya bersifat konstan,

Tabel 1.5 Hasil Analisis Koefisien Korelasi

	Digital Marketing	Minat Berwirausaha
Digital Marketing	1	.928**
	26	.000
		26
Minat Berwirausaha	.928**	1
	.000	26
	26	

Sumber : data primer yang telah diolah peneliti, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut maka :

1. Nilai korelasi variabel *digital marketing* terhadap minat berwirausaha = 0,928 sehingga kedua variabel tersebut memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.
2. Nilai korelasi variabel minat berwirausaha terhadap *digital marketing* = 0,928 sehingga variabel tersebut berada dalam hubungan yang sangat kuat.

Tabel 1.6 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of Estimate
1	.928**	.861	.855	18,61468

Sumber : data primer yang telah diolah peneliti, 2019

$$KD = r^2$$

Dimana :

KD = seberapa jauh perubahan variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X

Berdasarkan pengolahan data yang telah disajikan dalam tabel di atas maka,

$$KD = 0,928^2$$

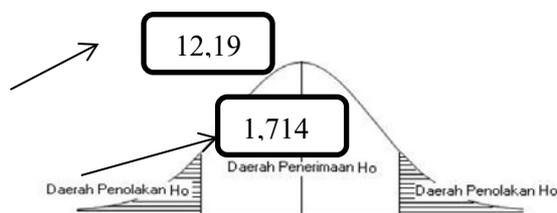
$$= 0,861$$

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 86,1%. Hasil perhitungan tersebut bermakna bahwa *digital marketing* mempengaruhi minat berwirausaha sebesar 86,1% sedangkan sisanya sebanyak 13,9% minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 1.7 hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std Error	Beta		
Digital Marketing	-40,741	7,881		-5,170	.000
	2,233	.183	.928	12,191	.000

Sumber : data primer yang telah diolah peneliti, 2019



Gambar.1 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut :

Nilai t_{hitung} sebesar 12,191 dengan taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} atau $t_{0,05.85} = 1,714$. Hasil perhitungan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak atau dengan kata lain *digital marketing* (X) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y).

SIMPULAN

Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena memiliki koefisien korelasi lebih besar dari nilai r_{tabel} . Hasil uji reliabilitas kedua variabel di dalam penelitian ini bernilai $> 0,6$ sehingga kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel. Hasil uji deskriptif untuk kedua variabel memiliki hasil uji untuk variabel X (*Digital Marketing*) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,05 yang berada pada interval 2,61 – 3,40 sehingga dapat diimplementasikan dengan cukup baik. Dan untuk variabel Y (Minat Berwirausaha) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,81 yang berada pada interval 3,41 – 4,20 sehingga dapat diimplementasikan dengan baik. Hasil uji analisis koefisien regresi sederhana jika nilai konstanta dalam penelitian ini bernilai -40,741. Hal ini menunjukkan bahwa *digital marketing* rendah atau dalam artian minat berwirausaha di Kota Cimahi Kelurahan Cimahi Kecamatan Cimahi Tengah kurang. Dan hasil analisis regresi terdapat nilai slop sebesar 2,233. Hal ini bermakna jika diasumsikan variabel *digital marketing* mengalami peningkatan sebesar 1 maka ketidakminatan akan berwirausaha akan berkurang sebesar 2,233. Hasil analisis koefisien korelasi antara *Digital Marketing* dan Minat Berwirausaha pada Tempat Kuliner di Kota Cimahi Kelurahan Cimahi Kecamatan Cimahi Tengah bernilai 0,928. Dengan kata lain variabel *digital marketing* dan minat berwirausaha memiliki kategori hubungan yang kuat. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis koefisien bernilai 0,928. Hasil uji analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 86,1%. Hasil perhitungan tersebut bermakna bahwa *digital marketing* mempengaruhi minat berwirausaha sebesar 86,1% sedangkan sisanya sebanyak 13,9% minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 12,191 dengan taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} atau $t_{0,05.85} = 1,714$. Hasil perhitungan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak atau dengan kata lain *digital marketing* (X) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta
Kasmir. 2010. Kewirausahaan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
Nitisusastro M. 2012. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Bandung: Alfabeta
Putra BA , Irawan A. 2007. Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman. Yogyakarta: Graha Ilmu
Sheperd DA, Peters MP, Hisrich RD. 2008. *Entrepreneurship* Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat
Tambunan T. 2009. UMKM Di Indonesia. Jakarta: Perpustakaan Nasional KDT

**PENGARUH CITRA MERK DAN PERSEPSI
KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MAYOUTFIT BANDUNG MELALUI
INSTAGRAM**

Ine Aprianti¹

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
ine_incu@yahoo.com

Jihan Putri Krismawati²

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
jihanputri@live.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions on Mayoutfit Bandung products. The research method used for this research is descriptive verification. The population in this study was Mayoutfit Bandung followers of 1.2 billion, using simple random sampling with a sample size of 100 people. The results of this study indicate that: (1) Descriptive analysis of the Mayoutfit Bandung brand image shows results with good criteria with an average value of 3.53. (2) The results of descriptive analysis regarding the quality of Mayoutfit Bandung products show results with good criteria with an average value of 3.44. (3) The results of descriptive analysis of purchasing decisions show results with good criteria with an average value of 3.52. (4) There is a significant influence between brand image and product quality together on purchasing decisions. Based on the results of the F test, obtained an F count of 40.768. These results indicate that $F_{\text{arithmetik}} > F_{\text{table}}$ ($40.768 > 2.36$). This can be interpreted that the Effect of Brand Image and Product Quality together affect the Purchasing Decision.

Keywords : *Brand Image, Product Quality, Purchase Decision*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Mayoutfit Bandung. Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Hasil analisis deskriptif mengenai citra merek Mayoutfit Bandung menunjukkan hasil dengan kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,53. (2) Hasil analisis deskriptif mengenai kualitas produk Mayoutfit Bandung menunjukkan hasil dengan kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,44. (3) Hasil analisis deskriptif mengenai keputusan pembelian menunjukkan hasil dengan kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,52. (4) Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh F hitung sebesar 40,768. Hasil ini menunjukkan bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu ($40,768 > 2,36$). Hal ini dapat diartikan bahwa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama – sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. nilai F_{hitung} 36,580 > F_{tabel} 3,102 dan signifikansi F sebesar 0,000. Nilai R Square sebesar 0,460 atau 46% artinya bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 54% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Citra Merk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*



PENDAHULUAN

Internet merupakan kebutuhan setiap orang dalam memperoleh informasi dan dapat dimanfaatkan sebagai media iklan suatu produk. Salah satu sosial media yang banyak digunakan untuk memasarkan dan mengiklankan suatu produk adalah instagram. Instagram merupakan media sosial untuk mengunggah gambar dan video pendek yang sangat potensial dijadikan media promosi bagi pelaku bisnis. Oleh karena itu pemilihan gambar dan video sangat penting untuk mempengaruhi para pengikut dalam keputusan pembelian. Gambar yang bagus dan menarik membuat orang yang melihatnya tertarik untuk membelinya karena gambar dan video bisa mencerminkan persepsi kualitas produk yang akan dijualnya. Dengan tidak adanya wujud fisik produk, apakah konsumen akan lebih mempertimbangkan citra merek secara online dan keputusan pembelian ketika akan membeli sebuah produk.

Merek merupakan pembeda antara suatu produk perusahaan dengan produk perusahaan pesaing. Merek dapat berupa nama dan logo, bahkan kombinasi keduanya. Merek yang dipilih perusahaan sebagai pembeda harus memiliki ciri-ciri merek yang baik, salah satunya merek harus mudah dibaca dan diingat oleh konsumen bahkan calon konsumen. Citra merek yang baik akan memunculkan niat untuk mengambil keputusan pembelian suatu produk.

Persepsi kualitas produk merupakan sebuah gambaran mengenai kualitas produk yang dijual produsen kepada konsumen, apakah produk tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen atau justru sebaliknya. Kualitas produk merupakan hal yang sangat diperhatikan dalam mengambil keputusan pembelian. Meskipun produk tersebut dinilai sudah memiliki harga yang terjangkau, namun kualitas barang yang akan dibeli tetap menjadi fokus perhatian konsumen.

Pada dasarnya seorang konsumen mengambil keputusan pembelian suatu produk dengan cara membandingkan kualitas produk dari satu produk dengan produk lainnya dari perusahaan pesaing. Setelah konsumen membandingkan produk pada akhirnya konsumen akan mengambil keputusan pembelian pada suatu produk yang dianggap paling memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang puas dengan kualitas produk kemungkinan akan melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut.

Pada dasarnya seorang konsumen mengambil keputusan pembelian suatu produk dengan cara membandingkan kualitas produk dari satu produk dengan produk lainnya dari perusahaan pesaing. Setelah konsumen membandingkan produk pada akhirnya konsumen akan mengambil keputusan pembelian pada suatu produk yang dianggap paling memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang puas dengan kualitas produk kemungkinan akan melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut.

Sebagai data awal penelitian, peneliti telah menyebarkan kuesioner kepada followers atau pengikut Instagram Mayoufit Bandung sebanyak 20 orang responden.

Tabel 1.1
Hasil Kuesioner Pra Survey Citra Merek Mayoufit

Pernyataan	Persentase				
	SS	S	CS	TS	STS
Logo dan merek mudah dikenali dan diingat banyak orang	40%	35%	25%	-	-
Merek Mayoufit adalah merek populer di kalangan remaja putri	15%	50%	25%	10%	-

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan hasil kuesioner pra survey yang peneliti sebarakan kepada 20 orang responden, dapat dilihat dari pernyataan mengenai logo dan merek bahwa responden yang memilih sangat setuju sebanyak 40%, setuju sebanyak 35% dan cukup setuju sebanyak 25% karena masih terdapat pelanggan yang menganggap bahwa ada merek lain yang lebih mudah dikenali dan diingat banyak orang. Sedangkan dari pernyataan mengenai kepopuleran bahwa responden yang memilih sangat setuju sebanyak 15%, setuju sebanyak 50%, cukup setuju sebanyak 25% dan tidak setuju sebanyak 10% karena masih terdapat pelanggan yang menganggap bahwa merek populer dikalangan remaja pada jaman ini adalah merek yang dimiliki oleh perusahaan asing.

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Pra Survey Persepsi Kualitas Produk

Pernyataan	Persentase				
	SS	S	CS	TS	STS
Daya tahan produk terasa tahan lama	-	25%	40%	20%	15%
Produk memiliki bahan dan jahitan yang kuat	25%	15%	45%	15%	-

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat dari pernyataan daya tahan produk bahwa responden yang memilih setuju sebesar 25%, responden yang memilih cukup setuju sebesar 40%, tidak setuju sebanyak 20% dan sangat tidak setuju sebanyak 15% karena masih terdapat pelanggan yang mengeluhkan bahwa produk hanya dapat dipakai beberapa kali saja. Sedangkan dari pernyataan mengenai bahan dan jahitan yang diproduksi, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab dengan pilihan sangat setuju sebesar 25%, setuju sebesar 15%, cukup setuju sebesar 45% dan tidak setuju sebesar 15% karena masih terdapat pelanggan yang mengeluhkan bahwa bahan yang digunakan Mayoutfit mudah robek dan jahitan pada pakaian mudah terlepas karena tidak dijahit dengan kuat. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dimiliki Mayoutfit cukup baik namun masih kurang maksimal karena produk yang diproduksi masih terdapat cacat pada bahan dan jahitan sehingga dinilai kurang tahan lama.

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Pra Survey Keputusan Pembelian

Pernyataan	Persentase				
	SS	S	CS	TS	STS
Produk sesuai dengan harapan konsumen	-	20%	35%	30%	15%
Konsumen puas dengan produk Mayoutfit dan berniat melakukan pembelian ulang produk Mayoutfit dalam jumlah yang banyak	10%	20%	35%	20%	15%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat dari pernyataan mengenai kesesuaian produk dengan harapan konsumen menunjukkan presentase terkecil yaitu 15% yang berarti konsumen tidak setuju jika produk sudah sesuai dengan apa yang diharapkan karena dari segi kualitas produk masih terdapat cacat dan produk yang tidak up to date, dan dari pernyataan mengenai pembelian ulang produk menunjukkan presentase terkecil yaitu 15%

yang berarti konsumen tidak setuju untuk melakukan pembelian ulang produk karena terdapat pelanggan yang lebih memilih merek lain dengan harga yang relatif mahal dengan kualitas produk yang baik.

Atas dasar uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai pengaruh citra merk dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Citra merek produk Mayoutfit Bandung melalui instagram.
2. Persepsi kualitas produk Mayoutfit Bandung melalui instagram.
3. Keputusan pembelian produk Mayoutfit Bandung melalui instagram.
4. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan.

LITERATUR

Menurut Setiadi dalam Hanif & Rachma (2017:3), citra merek adalah sebagai berikut:

“Citra merek (*Brand Image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.”

Menurut Alex Sobur dalam Sudaryono (2016:301), mengemukakan :

“Persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas, persepsi adalah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.”

Menurut Harman Malau (2017:217), mengemukakan pengertian perilaku konsumen:

“Perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, menggunakan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan.”

Menurut Kotler dalam Sigit Budiyo et al. (2015:3), menjelaskan bahwa:

“Keputusan pembelian adalah cara individu, kelompok ataupun organisasi dimana untuk memilih, membeli, memakai dan memanfaatkan barang, jasa, gagasan serta pengalaman dalam rangka untuk memuaskan kebutuhan hasrat.”

Menurut Kotler dan Keller dalam Wahyu Setia Dewi et al. (2016), keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Menurut Pangestu Subagyo (2017:175), Hipotesis adalah suatu dugaan yang belum tentu kebenarannya atau kesimpulan sementara. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1: Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.
- 2: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- 3: Terdapat pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Mayoutfit melalui *Instagram*. Jenis penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Menurut Sugiyono

(2017:6), mengemukakan definisi jenis penelitian survey sebagai berikut: “Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya”. Menurut Sugiyono (2017:35), metode penelitian deskriptif sebagai berikut: “Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada sat variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Dengan metode analisis deskriptif dapat diselidiki fenomena atau kunci permasalahan dari penelitian tersebut.” Menurut Sugiyono (2017:37), metode penelitian verifikatif sebagai berikut: “Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Keterangan
Harga (X1)	Valid
Kualitas Produk (X2)	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Valid

Sumber : Data Primer Telah Diolah, Kuesioner 2019

Berdasarkan pengolahan data uji validitas pada tabel 2 di atas dapat diketahui hasil uji validitas yang dilakukan pada ketiga variabel antara citra merk X1 (Harga), X2 (Kualitas Produk) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) dapat diketahui bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari nilai r_{tabel} yakni 0,197 sehingga seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach Alpa	Keterangan
Harga	0,712	Reliabel
Kualitas Produk	0,728	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,692	Reliabel

Sumber : Data Primer Telah Diolah, Kuesioner 2019.

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* ketiga variabel dalam penelitian ini bernilai > 0,6 sehingga ketiga variabel dinyatakan reliable. Dengan demikian jawaban dari responden dalam kuesioner dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

Tabel 4
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Nilai Uji Deskriptif	Keterangan
Citra Merk	3,53	Baik
Kualitas Produk	3,44	Baik
Keputusan Pembelian	3,52	Baik

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah Peneliti, 2019

Hasil uji deskriptif untuk ketiga variabel antara variabel X1 (Citra Merk) dan X2 (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Hasil uji untuk variabel X1 (Harga) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,53 yang berada pada interval 3,41 – 4,20 sehingga dapat diimplementasikan dengan kategori Baik, lalu hasil uji untuk variabel X2 (Kualitas Produk) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,44 yang berada pada interval 3,41 – 4,20 sehingga dapat diimplementasikan ada pada kategori Baik dan selanjutnya untuk variabel Y (Keputusan Pembelian) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,52 yang berada pada interval 3,41 – 4,20 sehingga dapat diimplementasikan dengan Baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik merupakan syarat yang harus terpenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Terdapat empat langkah dalam melakukan uji asumsi klasik, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga langkah; yakni:

1. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* (K-S)
Nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* adalah 0,601 diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,601 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov dan dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan telah memenuhi persyaratan normalitas dalam model regresi.
2. Uji Heteroskedastisitas Metode Grafik
Jika titik-titik tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan output Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola gelombang, melebar kemudian menyempit. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada Uji Multikolinearitas

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,516 + 0,309X1 + 0,260X2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. 0,516 merupakan nilai konstanta, jika nilai citra merk dan kualitas produk tidak ditingkatkan maka keputusan pembelian sebesar nilai konstanta (α) = 0,516
2. Jika variable citra merk meningkat 1 (satu) satuan dengan asumsi variable kualitas produk tetap, maka keputusan pembelian juga meningkat.
3. Jika variable kualitas produk meningkat 1 (satu) satuan dengan asumsi variable citra merk tetap, maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
4. e merupakan variable lain diluar penelitian.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengolahan data didapatkan yaitu:

1. Nilai t hitung variable citra merk sebesar 3,939 lebih besar dari t table 1,661 serta nilai sig sebesar 0,0000 lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa variable citra merk berpengaruh positif secara signifikan terhadap variable keputusan pembelian.
2. Nilai t hitung variable kualitas produk sebesar 4,423 lebih besar dari t table 1,661 serta nilai sig sebesar 0,0000 lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa variable

kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap variable keputusan pembelian.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hasil uji hipotesis secara simultan menghasilkan nilai F_{hitung} adalah sebesar 40,768. Sedangkan nilai F tabel didapat dengan melihat pada distribusi F tabel dengan $n = 100$ signifikan 0,10 serta jumlah variabel independen 2 maka nilai F tabel sebesar 2,36. Berdasarkan perhitungan di atas nilai F hitung sebesar $40,768 > F$ tabel sebesar 2,36 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih besar dari pada 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Analisis Koefisien Korelasi

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis koefisien korelasi maka dapat disimpulkan:

1. Citra merek terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 0,589 sehingga variabel tersebut memiliki tingkat hubungan dengan rentang sedang.
2. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 0,608 sehingga variabel tersebut memiliki tingkat hubungan dengan rentang kuat.

Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis koefisien determinasi terlihat bahwa:

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,457 atau indeks determinasi sebesar 45,7%. Jadi kontribusi pengaruh dari variabel independen Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini sebesar 45,7% sedangkan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

SIMPULAN

1. Hasil analisis deskriptif mengenai citra merek Mayoufit Bandung menunjukkan hasil dengan kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,53.
2. Hasil analisis deskriptif mengenai kualitas produk Mayoufit Bandung menunjukkan hasil dengan kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,44.
3. Hasil analisis deskriptif mengenai keputusan pembelian menunjukkan hasil dengan kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,52.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek dengan variabel keputusan pembelian dengan nilai t hitung variabel citra merek sebesar 3,939 lebih besar dari t tabel 1,661. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan variabel keputusan pembelian dengan nilai t hitung variabel kualitas produk sebesar 4,423 lebih besar dari t tabel 1,661. Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh F hitung sebesar 40,768. Hasil ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($40,768 > 2,36$). Hal ini menandakan bahwa hipotesis diterima, sehingga dapat diartikan bahwa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama – sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,457 yang berarti kontribusi pengaruh dari variabel independen citra merek dan kualitas produk terhadap variabel dependen keputusan pembelian dalam penelitian ini sebesar 45,7% sedangkan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai koefisien korelasi secara simultan menunjukkan nilai R sebesar 0,676 yang berarti semakin mendekati angka 1 (satu) maka variabel citra merek dan variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian memiliki hubungan yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta
- Subagyo, Pangestu. 2017. STATISTIKA TERAPAN – untuk Mahasiswa Ekonomi & Bisnis. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Jurnal

- Budiyanto, Sigit, M Magdalena Minarsi dan Andi Tri Haryono. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Desain Produk dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. Journal of Management. Volume 1 Nomor 1: 3. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/171> (diakses tanggal 26 Maret 2019)
- Dewi, Wahyu Setia, Leonardo Budi Hasiholan dan Maria Magdalena Minarsih. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. Journal of Management. Volume 2 Nomor 2. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/505> (diakses tanggal 26 Maret 2019)
- Hanif, Achmad Fikri dan N Rachma. 2017. Pengaruh Kualitas, Harga, Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Distro Indigo Jombang. e–Jurnal Riset Manajemen. Volume 6 Nomor 8: 3. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/551> (diakses tanggal 28 Februari 2019)

Internet

- Anonim. 2018. Metode Survey: Pengertian & Proses Penelitiannya. Diambil dari: <http://sosiologis.com/metode-survey#> (1 April 2019)
- Syinen. SUMBER DATA, JENIS DATA DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA. Diambil dari: <https://azharnasri.blogspot.com/2015/04/sumber-data-jenis-data-dan-teknik.html> (28 Maret 2019)

JEMPER(Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)

<http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/jemper>

JUDUL DITULIS DALAM BAHASA INDONESIA (MAKSIMAL 12 KATA) DAN BAHASA INGGRIS (MAKSIMAL 10 KATA) ← 14PT, BOLD

Nama Penulis ¹ ← 11pt, bold

Instansi penulis ← 11pt, italic

Email penulis ← 11t, regular

Nama Penulis ² ← 11pt, bold

Instansi penulis ← 11pt, italic

Email penulis ← 11pt, regular

Abstract ← 12pt, bold italic

Abstract should be prepared in Bahasa Indonesia (translated from abstract in English) and English. The abstract should be clear, concise, and descriptive. Abstract should provide a brief introduction of the problem, research objectives, research method, result, and a brief summary of results. Abstract written in 10pt, Times New Roman and justify. Abstract consists of 100-150 words in a paragraph.

Keywords: 3-5 keywords, 10 pt, Times New Roman, justify, bold, italic

Abstrak ← 12pt, bold

Abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia (di terjemahkan dari abstrak dalam Bahasa Inggris) dan bahasa Inggris. Abstrak harus jelas, ringkas, dan deskriptif. Abstrak berisi pendahuluan singkat mengenai permasalahan, tujuan dari paper, metode riset, hasil, dan simpulan singkat dari hasil penelitian. Abstrak ditulis dalam 10pt, Times New Roman, dan justify. Abstrak terdiri atas 100-150 kata dalam sebuah paragraf.

Kata kunci: 3-5 kata kunci, 10 pt, Times New Roman, justify, bold, not italic



Ditentukan Oleh Tim Redaksi

JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume.....
Nomo r.....
Halaman
Bandung,

p-ISSN : 2655 - 2922

Tanggal Masuk :

.....

Tanggal Revisi :

.....

Tanggal Diterima :

.....

PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang penelitian, tujuan penelitian, dan kontribusi penelitian. Kontribusi penelitian menjelaskan tentang kesenjangan penelitian (research gap) dan bagaimana penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengisi kesenjangan penelitian. Pendahuluan tidak terdiri dari sub judul.

LITERATUR

Bagian ini memuat literatur-literatur yang relevan terkait dengan penelitian dan pengembangan hipotesis yang diajukan. Bagian ini juga membahas secara ringkas teori yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antar konsep (disajikan dalam sub judul) dan hubungan antar konsep tersebut disajikan dalam bentuk gambar kerangka konseptual.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ditulis dalam bentuk paragraf mengalir (tidak dibuat numbering). Metode penelitian Memaparkan tentang desain penelitian yang digunakan (metode, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, variabel dan pengukuran variabel).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil penelitian dan temuan-temuan dilapangan yang ditulis dengan sistematis, kemudian dilakukan analisis secara kritis, dan disajikan secara informatif. penggunaan tabel, gambar dsb hanya sebagai pendukung yang memperjelas pembahasan dan dibatasi hanya pada pendukung yang benar-benar substantial, misalnya tabel hasil pengujian statistik, gambar hasil pengujian model dsb. pembahasan hasil bersifat argumentatif menyangkut relevansi antara hasil, teori, penelitian terdahulu dan fakta empiris yang ditemukan, serta menunjukkan kebaruan temuan yang dituliskan dalam paragraf mengalir

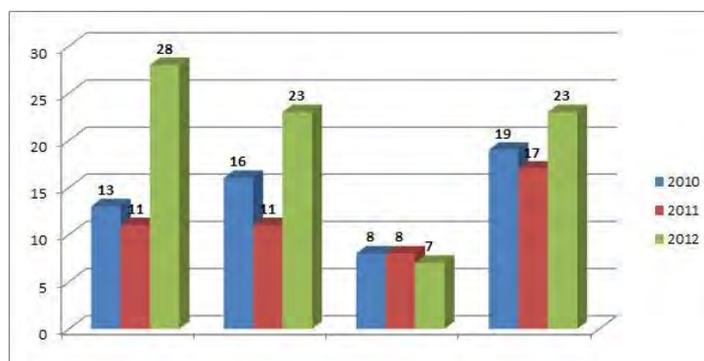
Setiap tabel pada naskah artikel dilengkapi dengan sumber tahun pengolahan data penelitian.

Contoh Tabel (Table 1. Format)

Column 1	Column 2	Column 2	Column 2
Abcde1	0.xxx	0.xxx1	0.xxx2
Abcde2	0.yyyy	0.yyyy1	0.yyyy2
Abcde3	0.zzz	0.zzz1	0.zzz2
Abcde4	0.aaaa	0.aaaa1	0.aaaa2

Sumber : Data diolah (2017)

Setiap gambar pada naskah artikel dilengkapi dengan sumber tahun pengolahan data penelitian.



Contoh Gambar (Figure 1. Sample figure)

SIMPULAN

Memaparkan kesimpulan akhir yang dituliskan dengan singkat dan jelas, menunjukkan kejelasan sumbangan temuan, pencetusan teori baru dan kemungkinan pengembangan penelitian yang bisa dilakukan kedepannya. Implikasi penelitian baik secara teoritis maupun praktis yang dituliskan dalam paragraf mengalir.

DAFTAR PUSTAKA

Each manuscript must include a reference list containing only the quoted work and should use the Mendeley tool. Each entry should contain all the data needed for unambiguous identification. With the author-date system, use the following format recommended by APA (American Psychological Association).

Penulisan daftar pustaka mengaju pada format atau standar APA Style Buku/karangan ilmiah:

(i) Penulis Tunggal (*Single Author*):

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). (*Publication Year*). *Title of book*. Place: Publisher.

Tuanakotta, Theodorus M., 2014. *Mendeteksi Manipulasi Laporan Keuangan*. Penerbit: Salemba Empat, p. 523-527.

Jones, Charles, P. (2014). *Invesments. Principle and Concepts. Tewelth Edition. International Student Version*. Singapore : John Wiley & Son Singapore.

(ii) *Multiple Authors or Edited Work*:

Nama akhir penulis (First Author last name), Inisial pertama nama penulis (First Author First Initial) & Nama akhir penulis kedua (Second Last Name), inisial pertama penulis kedua (Second Author First Initial). (*Publication Year*). *Title of book*. Place: Publisher.

Arens, Alvin A., Randal J.Elder and Mark S.Beasley, 2008. *Auditing Dan Jasa Assurance: Pendekatan Terintegrasi Edisi Keduabelas(Jilid 1)*. Penerbit: Erlangga, p. 429-462.

Jurnal Ilmiah:

(i) Jurnal Versi (*Print*)

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). Inisial Kedua Penulis (*Author Second Initial*). (*Publication Year*). *Title of article*. *Title of Journal*. *volume(issue) (if issue numbered), pages*.

Umar, Haryono, (2016). *Corruption The Devil*. Penerbit: Universitas Trisakti, Jakarta.
Utaminingsih, Nanik Sri dan Susmita Ardiyani, 2015. Analisis *Determinan Financial Statement* Melalui Pendekatan *Fraud Triangle*. *Accounting Analysis Journal*, Vol. 4, No. 1: 1-10.

Zain, Mustafa M, Nooraslinda A.A, Siti Maznah M.A, Rohana O, 2015. *Fraudulent Financial Statement Detection Using Statistical Techniques: The Case Of Small Medium Automotive Enterprise*. *The Journal Of Applied Business Research*, Vol. 31, No. 4: 38-42.

(ii) Jurnal Versi Elektornik (Electronic - without DOI)

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). Inisial Kedua Penulis (*Author Second Initial*). (*Publication Year*). Title of article. *Title of Journal. volume(issue) (if issue numbered)*, pages. Retrieved from (*database name or URL*).

Suzanne M. Carter¹ and Charles R. Greer (2013). *Strategic Leadership: Values, Styles, and Organizational Performance. Journal of Leadership & Organizational Studies* 20(4) 375– 393 © Baker College 2013 DOI: 10.1177/1548051812471724. jlo.sagepub.com.

Anis Khedhaouria Arshad Jamal (2015). *Sourcing knowledge for innovation: knowledge reuse and creation in project teams. Journal of Knowledge Management*, Vol. 19 Iss 5 pp. 932 – 948 Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-01-2015-0039>.

Publikasi Dalam Konfrensi Atau Seminar (Published Conference Paper)

(i) Print

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). Inisial Kedua Penulis (*Author Second Initial*). (Tahun publikasi/*Publication Year*). Judul Makalah (*Title of the paper*). Nama Editor (*In Editor First Initial*). *Editor Second Initial. Editor Last Name (Ed.)*, *Title of Conference Proceedings (pp. pages)*. *Place: Publisher*.

Tessa G, Chynthia., Puji Harto, 2016. *Fraudulent Financial Reporting: Pengujian Teori Fraud Pentagon Pada Sektor Keuangan dan Perbankan Di Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi XIX Lampung*, p. 1-21.

Pramuka, Bambang Agus dan Muh. Arief Ujiyantho, 2007. *Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba Dan Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Go Publik Sektor Manufaktur). Simposium Nasional Akuntansi X UNHAS Makasar* 26-28 Juli 2007, p. 1-26.

(ii) Electronic- with DOI

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). Inisial kedua penulis (*Author Second Initial*). (Tahun Publikasi/*Publication Year*). Judul Makalah (*Title of the paper*). Nama Editor (*In Editor First Initial*). *Editor Second Initial. Editor Last Name (Ed.)*, *Title of Conference Proceedings (pp. pages)*. doi: *number*

Skripsi, tesis, disertasi yang tidak dipublikasikan (Unpublished Thesis or Dissertation)

(i) Print

Author last name, Author First Initial. Author Second Initial. (Publication Year). Title of thesis. (Unpublished doctoral dissertation / Unpublished master's thesis). University Name, Location.

Statement Fraud) Dengan Menggunakan Beneish Ratio Index Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011. Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta, p. 1-123.

Budiman, J. 2012. Pengaruh Karakter Eksekutif terhadap Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*). Tesis. Universitas Gadjah Mada.

Zulma, G., W., M. 2015. Pengaruh Kompensasi Manajemen terhadap Penghindaran Pajak dengan *Corporate Governance* dan Kepemilikan Keluarga sebagai Moderasi. Tesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia.

Foster Bob (2005). Pengaruh Kinerja Bauran Penjualan Eceran dan Hubungan Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing dan Loyalitas Pelanggan. Disertasi. Universitas Padjdjaran Bandung.

(ii) *Electronic*

Author last name, Author First Initial. Author Second Initial. (Publication Year). Title of thesis. (Doctoral dissertation / master's thesis). Available from: (database name or url). (If available from ProQuest: UMI No. 12-12345)

Dokumen resmi pemerintah yang bersumber dari ketentuan perundangan-undangan Republik Indonesia (*Government Document*)

(i) *Print*

Country/State/Country/Municipality. Name of Issuing Agency. (Publication year). Title of document. (additional identifying information – document number, Congress number, etc.). Place: Publisher.

Indonesia (2005). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen. Jakarta : Menteri Hukum dan Hak asasi manusia

(ii) *Electronic*

Country/State/Country/Municipality. Name of Issuing Agency. (Publication year). Title of document. (additional identifying information – document number, Congress number, etc.). Retrieved from: (URL).

TENTANG APA (*MORE ABOUT APA*):

<https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/10>