

**PENGARUH HARGA BARAN**

**G RONGSOKAN TERHADAP KEPUTUSAN PENJUALAN**

(Studi Khusus Pada PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung Peteten II  
Lingkungan III)

**SKRIPSI**



**Oleh :**

Sintia Huma

16.4.1.030

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
MANADO**

**1442 H/ 2021 M**

**PENGARUH HARGA BARANG RONGSOKAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PENJUALAN  
(studi kasus PT. Cahaya Kemilau Purnama)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam  
Program Studi Ekonomi Syari'ah pada Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Manado



Oleh :

Sintia Huma  
16. 4. 1. 034

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
MANADO**

**1442 H/ 2021 M**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Sintia Huma

NIM : 16.4.1.030

Program : Strata 1

Institut : IAIN Manado

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 11 Februari 2021

Saya yang menyatakan,



Sintia Huma

NIM. 16.4.1.030

**SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Kepada :

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Di-

Manado

*Assamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara/i :

Nama : Sintia Huma

NIM : 16.4.1.030

Judul Skripsi : Pengaruh Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan

Sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wasalamu'alaikum Wr. Wb.*

Manado, 11 Februari ..... 2021

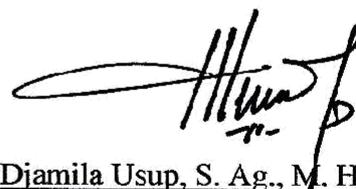
**Pembimbing I**



Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum

NIP. 150377242006042003

**Pembimbing II**



Djamilia Usup, S. Ag., M. HI

NIP. 196606142003122002

**Mengetahui Ketua Prodi**



Sjamsuddin A. K. Antuli, S. Ag. M. A

NIP. 197611262003121003

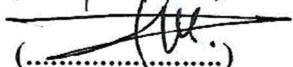
## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Barag Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan (studi kasus pada PT.KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung pateten II Lingkungan III)” yang ditulis Sintia Huma, NIM: 16.4.1.030, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada tanggal 30 Maret 2021 bertepatan dengan 16 Sya’ban 1442 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 7 April 2021

24 Sya’ban 1442 H

### DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum	(.....  )
Sekretaris	: Djamila Usup, M.HI	(.....  )
Munaqisy I	: Dr. Andi M. Nagauleng, M.Pd	(.....  )
Munaqisy II	: Muhammad Azhar Muslihin, M	(.....  )
Pembimbing I	: Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum	(.....  )
Pembimbing II	: Djamila Usup, M.HI	(.....  )

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. Rosdalina Bukido, S.Ag., M.Hum

NIP. 197803242006042003

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatulahi wabarokatu, Puji syukur kehadiran ALLAH swt limpahan rahmat, *taufiq*, nikmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN MANADO. Sholawat dan salam selalu penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw, yang telah membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan (Studi kasus ” tidak terlepas dari bimbingan, kerja keras, doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Delmus P. Salim, Ph.D., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta wakil rector I, II, III yang telah mengizinkan penulis untuk menempuh studi sekaligus mengizinkan melakukan penulisan di kampus IAIN Manado.
2. Ibu Dr. Rosdalina, S.Ag., M.Hum., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta wakil dekan I, II, III. Sekaligus menjadi Pembimbing 1 yang senantiasa memberikan semangat, arahan, dan selalu memberikan motivasi untuk

terus berprestasi selama perkuliahan, serta selalu ikhlas dan sabar saat membimbing saya sampai penulisan ini selesai.

3. Bapak Syamsudin A.K Antuli, S.Ag., M.A Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Penasehat Akademik yang senantiasa dengan sabar memberikan masukan sejak saya pertama menjadi mahasiswa.
4. Bapak Ridwan Jamal, S.Ag., M.HI Selaku Dosen Penasehat Akademik
5. Ibu Djamila Usup, M.HI Selaku Dosen Pembimbing II yang selama ini telah meluangkan waktu dan memberikan arahan-arahan yang sangat membantu, sertadenganikhlas dan sabar membimbing dan memberikan motivasi kepada saya mulai awal perkuliahan sampai penulisan ini bias selesai.
6. Kepada seluruh dosen jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan bantuan baik secara langsung dan tidak langsung selama penulisan skripsi ini
7. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta (Alm. Bapak Toga Huma dan Ibu Herni Makaminang) yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan mengiringi setiap langkah penulis dengan doa yang tulus, kesabarannya serta tak henti-hentinya memberikan dukungan baik secara moral maupun materilnya. Semoga kelak bermanfaat dan menjadi kebanggaan untuk kalian. Amin.

8. Kepada Pimpinan Perusahaan PT. KCP Bitung Pateten II Lingkungan III , telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di tempat ini, terima kasih kerja samanya sehingga dapat terselesaikan dengan baik .
9. Kepada kaka-kaka saya Yanti Huma, Ridwan Huma dan Jumny Huma yang telah membantuh membiayai kuliah, meluangkan waktu dan tenaga untuk saya sampai menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman seperjuangan saya Yunita Hasan, Silvia Djailani, Muhamat Hasan, Fadila Bungi yang telah sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada sahabat-sahabat saya Thyna Gobel, Dhila Karim, Ainun Buhari, Adam Bone, Anastasya Anwar, Ity Engo, Hardianti ilham dan *Kaki Gatal Squad* yang telah memberikan semangat dan motivasi hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Saudara-saudara tercinta saya Hartaty makaminan, Stevania Watimena Ayu Lahinda, dan Gracia Banua, yang telah memberikan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
13. Kepada kerabat saya Fadila hippy, Fazlia Barantian, Rafлие Paris yang sudah memberikan semangat sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada yang terkasih Alm. Faisal Hippy yang sudah memberikan semangat, dukungan serta motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini

15. Kepada teman-teman kelas Ekonomi Syariah A Angkatan 2016 yang tidak dapat di sebutkan satu persatu Namanya, terima kasih atas kebersamaannya.
16. Kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan tangan terbuka. Namun demikian, penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya .

*Wassalamua'laikum warahmatullahi warabarakatu*

Manado, 29 November 2020



**Sintia Huma**

**NIM 16.4.1.030**

## ABSTRACT

Name : Sintia Huma  
 SRN : 16.4.1.030  
 Faculty : Islamic Economics and Business  
 Study Program : Syari'ah Economy  
 Title : The Effect of Junk Goods Prices on Sales Decisions  
 (Case study at PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama)  
 Bitung Pateten II Lingkungan III

---

This thesis examines the effect of Junked Goods on Sales Decisions in Bitung Pateten II *Lingkungan* III. The main problem in this study is whether the price of junk goods affects sales decisions. This research aims to determine the effect of the price of junk goods on sales decisions in Bitung Pateten II *Lingkungan* III. This type of research is quantitative. As a population and the sample is 50 scavengers or collectors in Pateten II *Lingkungan* III using the purposive sampling method. The data used in this study are primary data and secondary data. The data analysis techniques used in this research are normality test, linearity test, hypothesis test using the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) test and simple linear regression test. This study shows that the price of junk goods has an effect on sales decisions at PT. KCP Bitung proves the results of the analysis using the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>) technique, which shows the coefficient between the variables X (Price) and Y (Sales) of 0.181 or 18.1%. Based on the significant value of coefficients, the significant value is  $0.360 > 0.05$ , so H<sub>0</sub> is rejected, and H<sub>a</sub> is accepted. It is significant and the price of junk goods affects sales decisions at PT. KCP Bitung amounted to 18.1%, while the remaining 89.1% was influenced by other factors not examined in this study.

**Key Words:** price, sales, junk goods



**ABSTRAK**

**NAMA** : Sintia Huma  
**NIM** : 16.4.1.030  
**JUDUL SKRIPSI** : *Pengaruh Harga Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan (Studi kasus pada PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung Pateten II Lingkungan III*

---

Skripsi ini meneliti tentang pengaruh Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan di Bitung pateten II Lingkungan III. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah harga barang rongsokan berpengaruh terhadap keputusan penjualan. Tujuan yang di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga barang rongsokan terhadap keputusan penjualan di Bitung Pateten II Lingkungan III. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sebagai populasi dan sampelnya adalah Pemulung atau Pengepul di Pateten II Lingkungan III sebanyak 50 orang dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* dimana seluruh populasi di jadikan sampel. Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas, uji hipotesis yang menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji regresi linear sederhana. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa harga barang rongsokan berpengaruh terhadap keputusan penjualan di PT. KCP Bitung di buktikan dengan hasil analisis menggunakan Teknik Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan koefisien antara variabel X (Harga) dan Y (Penjuala) sebesar 0,181 atau 18,1%. Selainitu, berdasarkan nilai signifikansi dari *Coefficients* di peroleh nilai signifikan sisebesar  $0.360 > 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, signifikan dan harga barang rongsokan berpengaruh terhadap keputusan penjualan di PT. KCP Bitung sebesar 18,1% sedangkan sisanya 89,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci** : *Harga, Penjualan*

## DAFTAR ISI

HALAM JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1-8
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Defenisi Operasional .....	7-8
BAB II : KAJIAN TEORI.....	8-28
A. Barang Rongsokan .....	8
B. Harga .....	14
C. Penjualan.....	20
D. Penelitian Terdahulu .....	26
E. Kerangka Berpikir .....	26
F. Hipotesis.....	27
BAB III: METODE PENELITIAN .....	29-41
A. Tempat Dan Waktu .....	29

B. Jadwal Rancangan Penelitian.....	29
C. Rancangan Penelitian.....	30
D. Populasi dan Sampel.....	30
E. Data dan Instrumen.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data .....	34
G. Teknik Analisis Data .....	35
1. Uji Asumsi Klasik.....	37
a. Uji Normalitas .....	37
b. Uji Linearitas.....	38
c. Uji Herteoskedastis itas .....	38
d. Uji Autokorelasi.....	39
2. Ujian Hipotesis .....	39
a. Uji R.....	39
b. Uji T.....	40
3. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	40
<b>BAB VI : HASIL PENELITIAN SERTA PEMBAHASAN .....</b>	<b>42-63</b>
A. Gambar Umum Perusahaan .....	42
B. Karakteritis Responden.....	44
C. Deskripsi Data Penelitian .....	46
D. Pembahasan .....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>64-65</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>

LAMPIRAN .....

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.</b>	Harga Barang Rongsokan .....	5
<b>Tabel 2.</b>	Jadwal rancangan penelitian.....	29
<b>Tabel 3.</b>	Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	33
<b>Tabel 4.</b>	Pertanyaan .....	34
<b>Tabel 5.</b>	Umur Responden .....	45
<b>Tabel 6.</b>	Tempat Tinggal Responden .....	46
<b>Tabel 7.</b>	Data Variabel (X) .....	47
<b>Tabel 8.</b>	Data Variabel (Y) .....	48
<b>Tabel 9.</b>	Uji Validasi Variabel (X).....	50
<b>Tabel 10.</b>	Uji Validasi Variabel (Y).....	51
<b>Tabel 11.</b>	Uji Reliability Statistic (X).....	52
<b>Tabel 12.</b>	Uji Reliability Statistics (Y).....	52
<b>Tabel 13.</b>	Uji Lomogorov-Smirnov.....	53
<b>Tabel 14.</b>	Uji Linearita Data .....	54
<b>Tabel 15.</b>	Uji Heteroskedastisitas.....	55
<b>Tabel 16.</b>	Uji Autokorelasi .....	56
<b>Tabel 17.</b>	Uji T.....	58

<b>Tabel 18.</b> Uji R.....	58
<b>Tabel 19.</b> Uji Linear Sederhana .....	60

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Manusia diciptakan oleh Allah SWT selaku makhluk sosial pastinya tidak bisa hidup sendiri mereka memerlukan pertolongan orang lain. Buat itu Allah SWT membagikan inspirasi (ilham) kepada mereka buat mengadakan penukaran perdagangan seluru yang yang rasanya berguna dengan jual beli serta seluruh metode perhubungan, sehingga hidup manusia bisa berdiri dengan lurus serta mekanisasi hidup ini berjalan dengan baik serta produktif<sup>1</sup>. Allah SWT mensyariatkan jual beli selaku pemberian keuangan serta keleluasaan kepada hamba-hamba-Nya, sebab seluruh manusia secara individu memiliki kebutuhan berbentuk sandang, pangan, serta papan. Kebutuhan ini tidak sempat putus sepanjang manusia masih hidup. Tidak terdapat seseorang juga yang bisa penuhi hajat hidupnya sendiri, sebab itu manusia dituntut buat berhubungan satu sama yang lain. Dalam ikatan ini, tidak terdapat satu perihal juga yang lebih sempurna dari pada silih ubah mengubah, dimana seorang memberikan apa yang ia miliki kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Didalam al-Qur'an tidak ada larangan dalam jual beli barang rongsokan atau barang bekas akan tetapi terjadi pertentangan dikalangan 4 Imam Mazhab.

---

<sup>1</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).

Menurut Imam Malik, jual beli barang yang sudah rusak tidak diperbolehkan oleh syariat islam. Dalam riwayatnya disebutkan bahwa memperjualbelikan barang yang sudah rusak hukumnya adalah makruh. Sedangkan menurut Abu Hanifah, memperjualbelikan barang yang sudah rusak diperbolehkan dalam syariat islam. Dalam hal ini memasang harga untuk barang yang sudah rusak, Asy-Syaukani berpendapat bahwa yang mengharamkan memperjualbelikan berarti tidak wajib memasang harga bagi barang tersebut. Maka yang diperbolehkan untuk memperjualbelikan barang bekas tersebut wajib untuk dihargakan.<sup>2</sup>

Bagi Peter serta Olson, harga umumnya didefinisikan selaku apa yang wajib konsumen bagikan buat memperoleh benda ataupun jasa. Sebaliknya bagi Kloter serta Keller, harga bukan cuma angka-angka dilabel harga namun harga pula memiliki banyak wujud serta melakukan banyak guna. Lebih lanjut lagi Kloter serta Keller melaporkan kalau, praktek penetapan harga sudah hadapi pergantian besar dalam tahun-tahun terakhir. Banyak industry melawan kecenderungan harga yang rendah serta sukses mendesak konsumen membeli produk serta jasa yang lebih mahal dengan mencampurkan perumusan produk unik yang melibatkan kampanye pemasaran. Industri wajib menetapkan harga pada saat memperkenalkan produk regulernya keseluruh distribusi atau wilayah geografi baru, dan ketika industry wajib memutuskan dimana industry hendak

---

<sup>2</sup> Desita Inara, 'Praktek Jual Beli Barang Rongsokan Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen', *EKONOMI*, 2020.

memposisikan produknya bersumber pada mutu harga. Oleh sebab itu pindustri wajib memikirkan banyak hal dalam memutuskan kebijakan penetapan harga.<sup>3</sup>

Sejalan dengan pertumbuhan era yang terdapat, benda yang diperjual belikan berbagai macam. Dari benda yang jadi benda kebutuhan pokok, hingga pada beberapa barang yang jadi pelengkap saja. Apalagi benda yang rusak serta tidak bisa diambil lagi khasiatnya lagi oleh pemiliknya, ada pula diperjual belikan oleh warga. Semacam jual beli benda rongsokan, benda rongsokan merupakan benda sisa sudah telah rusak sama sekali.

Barang rongsokan merupakan salah satu jenis obyek jual beli di kalangan masyarakat. Barang tersebut adalah merupakan benda yang telah rusak serta tidak bisa di ambil khasiatnya, apalagi benda tersebut sudah tidak terjamin lagi kebersihannya. Barang yang diperjual belikan antara lain: besi, tembaga, kuningan, kaleng bekas.<sup>4</sup>

Ada juga barang rongsokan yang dikumpulkan oleh para pengepul sudah dihargai sesuai harga pasaran, meskipun kadang kala harga diberikan belum sesuai dan tidak mencakupi kebutuhan hidup jika dibandingkan dengan jerih payah para pemulung atau pengepul barang rongsokan, namun secara langsung mereka sudah membantu dalam proses distribusi barang rongsokan yang digunakan untuk di daur ulang menjadi barang yang bisa dimanfaatkan untuk

---

<sup>3</sup> M. Anang Firmansyah, *Prilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2018).

<sup>4</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1998).

di daur ulang menjadi barang yang bisa dimanfaatkan dan memiliki ekonomi tinggi serta mampu mengurangi besarnya jumlah limbah, pencemaran dan pengangguran (meskipun hanya sebagai pengepul barang rongsokan).

PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung Peteten II Lingkungan III bergerak dalam bidang jual beli benda rongsokan. Jual beli benda rongsokan dilakukan oleh PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung Peteten II Lingkungan III di kelurahan pateten II kecamatan aertembaga kota Bitung, tipe transaksi ialah sistem jual beli secara universal (kiloan). Dalam praktek jual beli ini hanya melibatkan dua pihak saja. Namun ada beberapa pihak bertindak sebagai penjual dan pembeli, pihak itu adalah orang yang memiliki barang rongsokan, pencarian atau pemulung dan penampung. Pencarian atau pemulung mulai dari orang dewasa yang objek yang dicari adalah barang rongsokan yang sudah rusak atau sudah tidak terpakai lagi yang dicari dari TPA (Tempat Pembuangan Akhir) dengan mengaruk-garuk tumpukan sampah atau bisa juga menggunakan grobrak sebagai pemulung membeli benda rongsokan dari rumah ke rumah ataupun pasar dan kemudian dijual dan ditampung oleh para penampung untuk dikirim ke surabaya untuk di daur ulang, PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung beroperasi setiap hari senin sampai sabtu dengan waktu kerja mulai pukul 09.00 sampai 17.00 biasanya para pengepul atau pemulung menjual barang rongsokan mereka pagi hari sampai sore hari. Ada juga dari pemulung tersebut tidak jadi menjual barang mereka dikarenakan harga jenis barang rongsokan yang akan mereka jual turun sehingga membuat para pemulung

tidak jadi menjual barang mereka dikarena harga tidak sesuai atau sedang mengalami penurunan. Barang yang diperjual belikan di PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung terdiri dari besi tua, tembaga, kuningan, logam, stenlis, kabel, dan lain-lain. Dalam penetapan harga, berat atau kadar dari barang rongsokan sudah ditetapkan oleh pihak penampung atau PT. Suramadu.

**Tabel 1.**

**Contoh pengolongan jenis barang rongsokan dan harga per kg di PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung Peteten II Lingkungan III**

No	Nama Barang Rongsokan	Harga/kg
1.	Tembaga	Rp. 60.000/kg
2.	Kuningan	Rp. 35.000/kg
3.	Alminium	Rp. 11.000/kg
4.	Stenlis	Rp.18.000/kg
5.	Besi tua	Rp. 3.000/kg

*Sumber:* Harga PT.KCP Bitung

Dari permasalahan yang peneliti lihat dilapangan yaitu tidak ada ketertarikan konsumen atau pemulung dalam melakukan transaksi atau menjual barang rongsokannya kepada penampung di saat harga barang rongsokan menurun.

Berdasarkan uraian singkat dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dan menganalisa lebih dalam lagi dan mengangkat permasalahan ini dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh**

**Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan (Studi kasus pada PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung Peteten II Lingkungan III)”**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah yaitu:

Apakah harga barang rongsokan berpengaruh terhadap keputusan penjualan ?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka menjadi tujuan penelitian yaitu:

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga barang rongsokan terhadap keputusan penjualan.

**D. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penelitian, hasil penelitian ini dapat menjadi sarana untuk menambah dan meningkatkan wawasan serta pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh harga besi tua terhadap keputusan penjualan.
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dalam menentukan harga besi tua terhadap keputusan penjualan.
3. Bagi akademik, untuk memperkaya khasanah penelitian dan literature untuk menambah wacana baru bagi dunia akademik serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.

## E. Definisi Operasional

### 1. Variabel Independen (X)

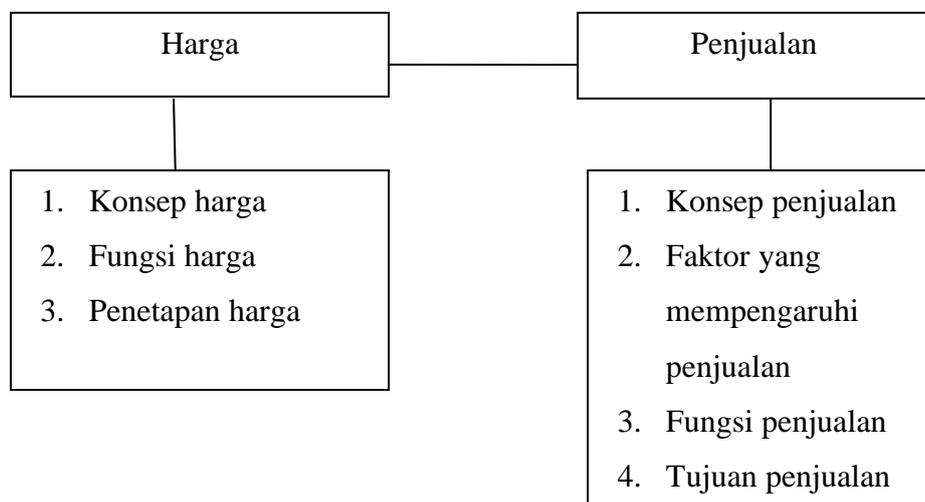
Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau yang mempengaruhi variabel dependen (Variabel terikat), variabel independen dalam penelitian ini adalah pengaruh harga.

Harga cukup memiliki pengaruh yang besar terhadap permintaan barang, bagaimana yang telah dijelaskan dalam hukum permintaan “ Jika harga semakin murah maka barang yang diminta akan semakin banyak dan sebaliknya jika harga semakin mahal maka barang yang diminta akan semakin sedikit” harga juga merupakan suatu penentu bagi permintaan barang dan untuk menentukan posisi persaingan pejualan dipasar.

### 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, dalam penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan penjualan adalah keputusan pemulung untuk menjual barang rongsokan di PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung Pateten II Lingkungan III

**Gambar 1.1**



## BAB II KAJIAN TEORITIS

### A. Barang Rongsokan

#### 1. Konsep Barang rongsokan

Novel yang berjudul *Fikih Sunnah jilid 12* karangan Syaid Sabiq yang menerangkan kalau salah satu dari benda yang diperjual belikan merupakan berguna dan boleh tidaknya menghargakan benda yang telah rusak.

Novel yang bertajuk *Fiqih Muamalat* karangan Abdul Rahman Ghazaly, mengatakan kalau salah satu ketentuan yang berakad (penjual serta pembeli) merupakan berakad, oleh sebab itu jual beli yang dicoba anak kecil yang belum berakad serta orang gila hukumnya tidak sah.

Skripsi yang ditulis oleh Nur Elafi Hidayani ialah “*Unsur Gharar Dalam Jual Beli Barang Rosok (studi kasus kebonharjo semarang utara)*”. Riset ini mengkhususkan mengkaji serta menganalisis tentang jual beli benda rongsokan tanpa menggunakan perlengkapan ukur, ialah cuma dengan memakai benak serta tangan pembeli rongsokan buat memastikan berat suatu benda. Perihal tersebut tidak cocok dengan hukum islam sebab terdapatnya faktor *garar* yang merugikan salah satu pihak.<sup>5</sup>

#### 2. Tahap Melaksanakan Bisnis Barang Rongsokan

Skripsi yang ditulis oleh Ratna Yulita yakni “Distribusi Pemasaran Barang

---

<sup>5</sup> Zulqaria Lahiry, ‘Verifikasi Jual Beli Barang Rongsokan Ditinjau Terhadap Legalitas Maqalah’, 2017.

Rongsokan (studi kasus pengepul barang rongsokan dikecamatan depok sleman yogyakarta)” menyebutkan bahwa tahap mekasanakan bisnis barang rongsokan ada 3 yaitu:

a. Mengumpulkan Rongsokan

Buat mengumpulkan benda rongsokan umumnya pelaku usaha ini menggandeng banyak para pemulung yang bersedia terjun langsung buat mengumpulkan rongsokan dari bermacam tempat kawasan rumah tangga, tempat pembuangan sampah, serta sebagainya. Tiap hari para pemulung bisa menyetorkan hasil rongsokan yang didapatnya, kemudian dibeli secara kiloan dengan harga yang bermacam-macam tergantung tipe benda yang didapatnya.

b. Menyortir Rongsokan

Sebab rongsokan yang didapat umumnya masih bercampur aduk bermacam bahan. Misalnya saja rongsokan perlengkapan elektronik, botol sisa, kertas koran, plastik perlengkapan rumah tangga, ban sisa serta lain sebagainya. Hingga tugas kita berikutnya merupakan menyortir sampah-sampah tersebut bersumber pada bahannya masing-masing. Plastik dikumpulkan dengan plastik lain, serta demikian juga bahan lain. Kenapa Membutuhkan penyortiran, alasanya harga buat tiap bahan rongsokan tersebut berbeda-beda. Demikian juga buat sasaran pemasarannya, terdapat tempat khusus yang menerima rongsok plastik, besi, kertas serta sebagainya.

c. Memasarkan Rongsokan

Proses terakhir merupakan pemasaran benda rongsokan. Sehabis sampah

dipisah-pisah berdasarkan bahannya, selanjutnya kita pun dapat langsung memasarkannya kepada pengepul atau jika barang yang kita miliki cukup banyak bisa langsung memasarkannya ke perusahaan daur ulang secara langsung. Perlu diketahui harga setiap bahan memiliki nilai jual yang berubah-ubah. Terkadang memiliki nilai yang sangat tinggi, namun tidak jarang juga nilainya menurun drastis. Maka dari itu, kita perlu pintar-pintar membaca situasi kapan saat yang tepat untuk membeli dan menjualnya kembali.<sup>6</sup>

### **3. Saluran Distribusi**

Bagi Swastha terdapat 5 berbagai saluran distribusi dalam penyaluran benda yaitu:

#### **a. Produsen – Konsumen**

Wujud saluran distribusi ini sangat pendek dan serta sangat simpel tanpa memakai perantara. Produsen bisa menjual benda yang dihasilkan lewat pos ataupun langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah kerumah). Oleh sebab itu saluran ini diujurkan saluran distribusi langsung.

#### **b. Produsen – Pengecer – Konsumen**

Saluran ini pula diujurkan saluran distribusi langsung. Pengecer besar melaksanakan riset kepada produsen ataupun mendirikan toko pengecer sehingga secara langsung bisa melayani pengecer.

#### **c. Produsen – Pejual besar – Pengecer – Konsumen**

---

<sup>6</sup> Ratna Yulita, 'Distribusi Pemasaran Barang Rongsokan (Studi Khusus Pengepul Barang Rongsokan Di Kecamatan Depok Sleman Yogyakarta)', 2008.

Saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen serta dinamakan selaku saluran distribusi tradisional. Produsen cuma melayani penjualan dalam jumlah besar kepada penjual besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani penjual besar, serta pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

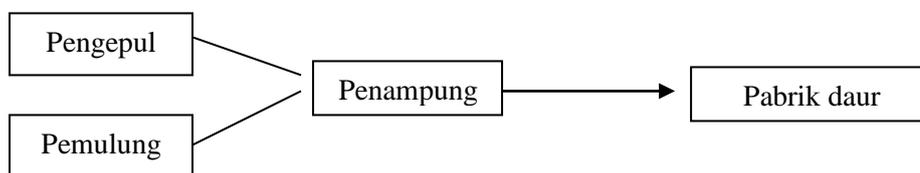
d. Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen

Produsen mempunyai agen (agen penjual) selaku penyaluran serta pihak yang melaksanakan aktivitas saluran distribusi. Target penjual palig utama pengecer besar.

e. Produsen – Agen – Penjual besar – Pengecer – Konsumen

Dalam saluran distribusi ini, produsen kerap menggunakan agen selaku perantara buat menyalurkan benda kepada penjual besar setelah itu menjual kepada toko-toko kecil. Agen yang ikut serta dalam saluran ini merupakan agen penjual.

Dari kelima saluran distribusi diatas dapat disimpulkan kalau pola distribusi benda rongsokan bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



Dimana pemulung ataupun pengepul ialah pihak yang memulai terbentuknya proses distribusi pemasaran benda rongsokan. Pemulung yang

memunguti benda rongsokan dari tempat pembuangan sampah memilih-memilih buat dijual kepada pengepul benda rongsokan, sedangkan penampung adalah tempat pemulung menjual barang rongsokannya, barang rongsokan yang dikumpul penampung selanjutnya di setor ke pabrik untuk di daur ulang.<sup>7</sup>

#### **4. Peran Jual Beli Benda Rongsokan Dalam Hukum Islam**

Jual beli dalam islam tidak memengaruhi terhadap benda itu baru ataupun sisa serta pulu benda itu sempat diambil khasiatnya oleh orang lain atau sama sekali belum pernah diambil manfaatnya oleh orang lain.

Didalam ketentuan jual beli dalam agama islam, yang memastikan jual beli tersebut itu baik, apabila jual beli tersebut cocok dengan rukun serta ketentuan. Rukun jual beli terdapat 3 ialah: akad (ijab kabul), orang-orang yang berakad (penjual serta pembeli) dan *ma'kud alaih* (objek akad).

Syarat-syarat sah ijab kabul terdapat 3 ialah: jangan ada yang memisahkan dan pembeli jangan diam saja sehabis penjual memberitahukan ijab serta sebaliknya, jangan diselingi dengan perkataan lain antara ijab dan kabul, serta beragama islam serta ketentuan ini khusus untuk pembeli saja dalam benda-benda tertentu.<sup>8</sup>

Rukun jual beli yang terakhir yakni benda-benda ataupun benda yang diperjualbelikan (*ma'kud alaih*). Syarat-syarat benda yang menjadi objek akad yakni selaku berikut:

---

<sup>7</sup> Ratna Yulita.

<sup>8</sup> M. Si. Prof. Dr. H. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 2014.

1. Suci ataupun bisa jadi buat disucikan sehingga tidak legal penjual benda-benda najis semacam anjing, babi, serta yang lainnya.
2. Berikan khasiat bagi syara', hingga dilarang jual beli benda-benda yang tidak boleh diambil khasiatnya bagi syara', semacam menjual babi, kala, cicak, serta yang lainnya.
3. Jangan berhubungan, ialah jangan berhubungan ataupun digantungkan kepada hal-hal lain, semacam bila ayahku berangkat, kujual motor kepadamu.
4. Tidak dibatasi waktunya, semacam perkataan kujual motor ini kepasatuan sepanjang satu tahun, hingga penjualan tersebut tidak legal karena jual beli ialah salah satu karena pemikiran secara penuh yang tidak dibatasi apapun kecuali syarat syara'.
5. Bisa diserahkan dengan cepat ataupun lelet bukanlah legal menjual fauna yang telah lari serta tidak bisa ditangkap lagi. Beberapa barang yang telah lenyap ataupun benda yang susah diperoleh lagi kembali sebab samar, semacam seekor ikan jatuh ke kolam, tidak dikenal dengan tertentu ikan tersebut karena dalam kolam tersebut ada ikan-ikan yang sama.
6. Kepunyaan sendiri, bukanlah legal menjual benda orang lain dengan tidak seizin pemiliknya ataupun beberapa barang yang baru hendak jadi miliknya.
7. Dikenal benda yang diperjual belikan wajib bisa dikenal banyaknya, beratnya, takarannya, ataupun ukuran-ukuran yang lainnya, hingga tidak legal jual beli yang memunculkan karaguan salah satu pihak.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Prof. Dr. H. Hendi Suhendi.

Dari syarat-syarat yang dipaparkan diatas yang bisa kita pahami bagai mana peran jual beli benda rongsokan didalam islam sangatlah terbebas dari perilaku menyimpang yang bisa menimbulkan kerugian untuk salah satu pihak yang bertransaksi.

## **B. Harga**

### **1. Konsep harga**

Menurut Kasmir (2014), harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>10</sup>

Menurut Kotler dan Nancy Lee (2007), harga adalah suatu alat pemasaran kunci yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan pemasarannya. Ini merupakan suatu yang berpengaruh kuat, seringkali merupakan faktor utama dalam pengambil keputusan pembeli. Secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan/moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.<sup>11</sup>

Menurut Firmansyah (2018), ada tiga strategi untuk menetapkan suatu harga yaitu:

1. Stategi perusahaan dan strategi pemasaran.
2. Karakteritis Produk.

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

<sup>11</sup> Philip Kloter & Nancy Lee, *Pemasaran Di Sektor Publik* (Jakarta: Jaya Cermelang, 2007).

3. karakteristik Kompetitor.<sup>12</sup>

## 2. Kegunaan Harga

Dari sudut pandang pemasaran, terdapat 3 kedudukan/guna utama harga ialah:

### 1. Ikut memastikan volume penjualan

Dengan mengacu pada kurva penawaran serta permintaan (*supply and demand*), kita mengenal kalau harga berbanding terbalik dengan volume penjualan: terus menjadi besar harga suatu produk hingga volume penjualan terus menjadi rendah. Tetapi wajib kita ingat kalau kurva permintaan bukanlah berupa garis lurus dari titik besar di garis sumbu horizontal namun pada titik tertentu saat sebelum memegang garis sumbu horizontal, dia hendak melengkung serta menyusut ke kiri. Melengkungnya

kurva permintaan tersebut diakibatkan sebab terdapatnya perspsi konusmen terhadap produk dengan harga yang sangat murah berarti mutu produk pula rendah sehingga kemauan buat membeli produk tersebut pula terus menjadi menyust alih-alih terus menjadi besar.

### 2. Ikut memastikan besarnya laba

Kita tahu kalau dasar utama buat kalkulasi penetapan harga jual suatu produk merupakan “biaya plus laba” (*cost plus*) ataupun dengan kata lain, laba suatu produk di tentukan oleh harga jual per unit dikurangi dengan biaya-biaya ataupun harga pokok penjualan (*cost of goods sold*). Pada tingkatan harga

---

<sup>12</sup> M. Anang Firmansyah.

pokok penjualan tertentu, terus menjadi besar harga jual terus menjadi besar laba yang diperoleh serta kebalikannya.

### 3. Ikut memastikan citra produk

Salah satu faktor yang membentuk citra suatu produk merupakan anggapan menimpa mutu produk, serta anggapan menimpa mutu suatu produk ditetapkan antara lain oleh harga jual produk, maksudnya terus menjadi mahal harga suatu produk hingga anggapan konsumen menimpa mutu produk tersebut terus menjadi besar serta kebalikannya.<sup>13</sup>

### 3. Penetapan Harga

Penetapan harga ialah sesuatu permasalahan kala industri wajib memastikan harga buat awal kali. Perihal ini terjalin kala industry meningkatkan ataupun mendapatkan sesuatu produk baru, kala dia menghadirkan produk lamanya ke saluran distribusi baru ataupun ke wilayah geografis baru, serta kala melaksanakan tender merambah sesuatu tawaran kontrak kerja yang baru. Langkah prosedur buat menetapkan harga, ialah:<sup>14</sup>

#### a. Memilah Target harga

Industri pertama-tama wajib memutuskan apa yang mau dia capai dengan sesuatu produk tertentu. Bila industri tersebut sudah memilah pasar target serta penentuan posisi pasarnya dengan teliti, hingga strategi bauran pemasarannya,

---

<sup>13</sup> Jajat Kristanto, *Manajemen Pemasaran Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi* (Jakarta: Erlangga, 2011).

<sup>14</sup> Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

tercantum harga, hendak lumayan gampang. Misalnya, bila industri kendaraan tamasya mau memproduksi suatu truk elegan untuk konsumen yang kaya, perihal ini mengimplikasikan penetapan harga yang mahal. Jadi strategi penetapan harga sangat ditetapkan oleh keputusan yang menyangkut penempatan posisi pasar.

b. Menentukan permintaan

Setiap harga yang ditentukan perusahaan akan membawa kepada tingkat permintaan yang berbeda dan oleh karenanya akan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap sasaran pemasarannya. Jadwal permintaan menggambarkan jumlah unit yang akan dibeli oleh pasar pada periode waktu tertentu atas alternatif harga yang mungkin ditetapkan selama periode itu. Hubungan permintaan dengan harga adalah berlawanan, yaitu semakin tinggi harga semakin rendah minat dan sebaliknya.

c. Memperkirakan harga

Permintaan biasanya menghalangi harga paling tinggi yang bisa ditentukan industry untuk produknya. Serta industry menetapkan bayaran yang terendah. Industri untuk menetapkan harga yang bisa menutupi biayanya dalam menciptakan, mendistribusikan, serta menjual produk, tercantum pemasukan yang normal atas usaha serta risiko yang dihadapinya.<sup>15</sup>

d. Menganalisis harga serta penawaran pesaing

---

<sup>15</sup> Abdullah.

Sedangkan permintaan pasar membentuk harga paling tinggi serta bayaran ialah harga terendah yang bisa diresmikan, harga produk pesaing serta mungkin respon harga menolong industri dalam memastikan berapa harga yang bisa jadi. Industri wajib menekuni harga serta kualitas tiap penawaran pesaing. Perihal itu bisa dicoba dalam sebagian metode. Industri bisa mengirimkan pembelanja pembanding buat mengenali harga serta menyamakan penawaran pesaing. Industri bisa mendapatkan catatan harga pesaing serta membeli perlengkapan pesaing serta memisah-misahkannya. Industri bisa menanyakan pembeli gimana komentar mereka terhadap harga serta kualitas tiap penawaran pesaing. Kala industri mengenali harga serta penawaran (produk) pesaing, bisa memakainya selaku titik orientasi buat penentuan biayanya sendiri. Bila tawaran (produk) Industri sama dengan tawaran (produk) utama pesaing, hingga industri wajib menetapkan harga yang dekat dengan pesaing ataupun bila tidak hendak kehabisan penjualan. Bila tawaran industri lebih kurang baik, industri tidak bisa menetapkan harga lebih daripada pesaingnya.

e. Memilah tata cara penetapan harga

Dengan 3 C, skedul permintaan konsumen (*customer demand schedule*), guna bayaran (*cost function*), serta harga pesaing (*competitor's price*), industri saat ini siap buat memilih sesuatu harga. Harga hendak terletak pada sesuatu tempat antara satu yang teralu rendah buat menciptakan keuntungan serta satu yang sangat besar buat menciptakan permintaan.<sup>16</sup>

---

#### 4. Penanda harga

Bagi Kloter serta Amstrong (2012), Menerangkan 4 dimensi yang menandai harga meupakan: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan mutu, kesesuaian harga dengan khasiat, serta harga cocok keahlian ataupun energi beli. Dibawah ini uraian 4 demensi harga ialah:

a. Keterjangkauan harga

Konsumen biasa mengjangkau harga yang sudah diresmikan oleh industri. Produk umumnya terdapat sebagai tipe dalam satu merk serta biayanya pula dari paling mura hingga termahal. Dengan harga diresmikan para konsumen banyak yang membeli produk.

b. Harga cocok keahlian daya saing harga

Konsumen kerap menyamakan harga sesuatu produk dengan produk yang lain. Dalam perhal ini mahal murahnya harga sesuatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada dikala membeli produk.

c. Kesesuaian harga dengan mutu produk

Harga kerap di peruntukan selaku penanda mutu untuk konsumen orang sering memilah harga yang lebih besar diantara 2 benda sebab mereka memandang terdapat perbandingan mutu. Apabila harga lebih besar orang cenderung berpikiran kalua kualitasnya pula lebih baik.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

---

<sup>16</sup> Abdullah.

Konsumen memutuskan membeli sesuatu produk bila khasiat produk lebih kecil dari uang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.<sup>17</sup>

## **C. Penjualan**

### **1. Konsep penjualan**

Penjualan merupakan pengalihan hak milik atas barang dengan imbalan uang sebagai dengan persetujuan. Untuk menyerahkan barang kepada pihak lain dengan pembayaran.<sup>18</sup>

Menurut Winardi (2005), penjualan adalah berkumpulnya sorang pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga misalnya pertimbangan uang.

Menurut Busu Swasta (2001), penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi atau menyesuaikan penjualan kepada pembeli agar membeli barang yang ditawarkan.<sup>19</sup>

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting. Ada tidaknya fungsi pemasaran lain sangat tergantung dari fungsi penjualan. Oleh karena itu

---

<sup>17</sup> Si Hidayat, Luthfan Fauzari Harsanto & Drs. Wahyu M, 'Adminitrasi Bisnis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipang Di Perumahan Plamon Indang Semarang)', 2017.

<sup>18</sup> Freddy Rangkut, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009).

<sup>19</sup> Afrianto, 'Analisis Penjualan PT. Suka Fajar LTD Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Mitsubishi Di Riau (Studi Khusus Mini Bus)', 2011.

wajarlah kiranya penjual diberikan perhatian yang lebih, karena berhasil tidaknya operasi bisnis tergantung bagaimana berhasilnya penjualan dilakukan.

## **2. Faktor yang mempengaruhi penjualan**

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swasra (2003), sebagai berikut:

### **a. Kondisi dan kemampuan penjual**

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjualan adalah:

- a). Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan.
- b). Harga produk atau jasa.
- c). Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengiriman.<sup>20</sup>

### **b. Kondisi pasar**

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan kebutuhannya.

### **c. Modal**

---

<sup>20</sup> Febriawan Adi Suahyo, 'Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko Olaraga Sport Smart Fik Uny', 2014.

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk meningkatkan barang dagangan ditempatkan. Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk meningkatkan barang dagangan ditempatkan atau membesar usahanya.

d. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.

e. Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.<sup>21</sup>

### 3. Fungsi penjualan

Menurut M.J. Person (2011), fungsi penjualan dapat terbagi menjadi beberapa bagian yaitu:

a. Fungsi perencanaan dan pembagunan produk

Pihak penjual menawarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

b. Fungsi mencari kontrak

Didalam fungsi ini terdiri dari tindakan mencari serta mengalokasikan pembeli yang dilakukan penjual kontrak dan mempertahankan pembeli.

---

<sup>21</sup> Sucahyo.

c. Fungsi menciptakan permintaan

Dalam fungsi penciptaan permintaan ini mencakup seluruh usaha yang dilakukan oleh penjual untuk mendorong pembeli untuk membeli produk mereka.

d. Fungsi mengada perundingan

Syarat dan situasi penjual harus dirunding oleh penjual dan pembeli.

e. Fungsi kontrakul

Fungsi ini terdiri dari persetujuan akhir tahun untuk melaksanakan penjualan inklusif transfer hak milik.

Menurut Fandy Tjiptono (2008), fungsi penjualan adalah sebagai berikut:

- a. *Prospecting*, yaitu mencari pembeli dan menjalani hubungan dengan mereka.
- b. *Targeting*, yaitu mengalokasikan kelangka waktu penjualan demi pembeli.
- c. *Communicating*, yaitu memberikan informasi produk perusahaan kepada pelanggan.
- d. *Selling*, yaitu mendekati, mempersentasikan, dan mendemostrasikan mengatasi penolakan, serta menjual produk kepada pelanggan.
- e. *Servicing*, yaitu memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan.<sup>22</sup>

#### **4. Tujuan penjualan**

Menurut Swasta (2001), tujuan penjualan bagi perusahaan pada umumnya terdapat tiga tujuan yaitu:

---

<sup>22</sup> Pahlevi, 'Pengertian Penjualan Fungsi Tujuan Jenis-Jenis Dan Tahapan', 2019.

- a. Berusaha mencapai volume penjualan.
- b. Berupaya untuk mendapatkan keuntungan atau profit yang melebihi biaya yang dikeluarkan.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Ketiga tujuan tersebut diatas tidak sepenuhnya dilaksanakan oleh para penjual tapi dibutuhkan kerja sama yang baik seluruh elemen perusahaan.<sup>23</sup>

## **5. Indikator volume penjualan**

Menurut Philip Kloter yang dikutip Swastha dan Irwan (2003), menyimpulkan ada beberapa indikator dari volume penjualan adalah sebagai berikut:

### **a. Mencapai volume penjualan**

Perusahaan harus memperhatikan bauran pemasaran dan memiliki strategi pemasaran yang baik untuk memasarkan produknya untuk mencapai penjualan yang tinggi. Kemampuan perusahaan dalam mencapai produknya menentukan keberhasilan dalam mencapai keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

### **b. Mendapatkan laba tertentu**

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dapat menarik para investor untuk menanam dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya.

---

<sup>23</sup> Pahlevi.

c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Kemampuan perusahaan untuk menjual produknya akan meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan yang dapat mengalami keuntungan bagi perusahaan ditengah persaingan yang semakin ketat antara perusahaan.

**6. Usaha-usaha meningkatkan volume penjualan**

Menurut Kloter (2006) Usaha untuk meningkatkan volume penjualan sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- b. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c. Mengadakan analisa pasar.
- d. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- e. Mengadakan pameran.
- f. Menggunakan *discount* atau potongan harga.

**D. Penelitian Terdahulu**

Jeni Raharjani (2005), dalam penelitian “Analisi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja” hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi keragaman barang fasilitas, dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja. Persamaan penelitian ini dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti pengaruh terhadap

---

<sup>24</sup> Afrianto.

keputusan penjualan.<sup>25</sup> Perbedaan terletak pada lokasi dan isi penelitian. Tempat yang akan diteliti yaitu di PT. Suramadu Pateten II Bitung.

Ratna Yulita (2008) dalam penelitian “Distribusi pemasaran barang rongsokan (studi kasus pengepul barang rongsokan kecamatan Depok Sleman Yogyakarta)” hasil penelitian menunjukkan bahwa pengepul barang rongsokan mempunyai pengaruh positif dan signifikan distribusi pemasaran barang rongsokan.<sup>26</sup> Persamaan penelitian ini dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti pengaruh terhadap keputusan penjualan. Perbedaan terletak pada lokasi dan isi penelitian. Tempat yang akan diteliti yaitu di PT. Suramadu Pateten II Bitung.

Susila (2001), dalam penelitian “Analisis pemasaran salak pondoh kecamatan Turi, kabupaten Sleman”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani salak pondoh dan tingkat pemasaran mempunyai pengaruh signifikan terhadap analisis pemasaran.<sup>27</sup> Pemasaran penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh harga terhadap keputusan penjualan. Perbedaan terletak pada lokasi dan isi penelitian. Tempat penelitian yang akan diteliti yaitu di PT. Suramadu Pateten II Bitung

## **E. Kerangka Berpikir**

---

<sup>25</sup> Jeni Raharjani, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja’, 2005.

<sup>26</sup> Ratna Yulita.

<sup>27</sup> Sulisa, ‘Analisis Pemasaran Salak Pondoh Di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman’, 2011.

Berdasarkan judul “Pengaruh Harga Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan (Studi khusus pada PT. KCP (Kemilau Cahaya Purnama) Bitung Pateten II Lingkungan II” yaitu, adanya Harga Barang Rongsoka yang mempengaruhi Keputusan Penjualan . Adapun kerangka berfikir dalam mengelolah dan menganalisis data yang tersedia antara lain :



X = Harga

Y = Keputusan Penjualan

## F. Hipotesis

Hipotesisi berasal dari bahasa Yunani: *hypo* dibawah; *thesis* pendirian, pendapatan yang ditegakkan, kapastian. Artinya, hipotesis merupakan sebuah istilah ilmiah yang digunakan dalam rangka kegiatan ilmiah yang mengikuti kaidah-kaidah berfikir biasa secara sadar, teliti, dan terarah. Dalam penggunaannya sehari-hari hipotesis ini sering juga disebut dengan hipotesis, tidak ada perbedaan makna di dalamnya. Ketika berfikir untuk sehari-hari, orang sering menyebut hipotesis sebagai sebuah anggapan, perkiraan, dugaan, dan sebagainya.<sup>28</sup> Berdasarkan latar belakang daan landasan teori maka dapat diajukan hipotesis sebagai jawaban sementara untuk masalah-masalah peneliti yaitu:

---

<sup>28</sup> Wikipedia Bahasa Indonesia, Hipotesis,2020.

Ha1: Harga barang rongsokan diduga berpengaruh terhadap keputusan penjualan.

Ho1: Harga barang rongsokan tidak berpengaruh terhadap keputusan penjualan.

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Tempat dan waktu

- a. Tempat pelaksanaan penelitian di PT. KCP Bitung peteten II lingkungan II Bitung.
- b. Waktu penelitian dilaksanakan selama dua bulan dari bulan maret 2020 – april 2020.

#### B. Jadwal rancangan penelitian

Tabel 2.

	Kegiatan	Tahun 2020												
		Januari			Febuari			Maret			April			Mei
	Pendahuluan	■												
	usunan Proposal		■	■										
	ingan Proposal			■	■									
	i Bimbingan				■	■								
	nar Proposal					■	■							
	i Proposal						■	■	■					
	litian							■	■	■				
	umen Penelitian								■	■	■			
	rvasi									■	■			
	bagikan Kuesioner										■	■		
	ata Penelitian (ahli)											■	■	■



Suharsimi Arikunto “ Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila sebjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua. Sebaliknya jika subejk lebih dari 100 dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%”.<sup>31</sup> Berdasarkan pendapat diatas penulis mengambil semua sampel. Sampel yang diambil sesuai dengan jumlah pemulung yang ada dikota Bitung Pateten II lingkungan III 50 orang.

## **E. Data dan Instrumen**

### **a). Data Penelitian**

1. Data primer, merupakan data yang di kumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan peneliti yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi. Data yang di peroleh dengan wawancara langsung kepada pemulung.
2. Data sekunder, merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder biasa diperoleh dari dalam perusahaan (sumber inti dalam perusahaan, sumber internal), berbagai internet, *websites*, dan perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan. Data sekunder diperoleh dengan data yang ada di Pateten II Lingkungan III.

### **b). Instrumen penelitian**

---

<sup>31</sup> V. Wiratna Sujpraweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru)

Menurut Sugiyono (2014), sebagaimana yang dikutip oleh Guen Connery Gultom, instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik. Semua fenomena disebut variabel penelitian.<sup>32</sup>

Jenis instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden. Data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner selanjutnya akan dianalisis dengan menghitung masing-masing skor dari setiap pertanyaan. Selanjutnya kesimpulan akan diperoleh mengenai kondisi setiap item pertanyaan pada objek yang diteliti.<sup>33</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan instrumen dengan skala liker yang menurut Kinneer, skala liker berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu.<sup>34</sup> Skala ini banyak digunakan karena memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pertanyaan. Pertanyaan yang diberikan berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi. Jumlah pilihan jawabannya biasa tiga, lima, tujuh, sembilan, yang mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi. Semakin banyak pilihan pilihannya, semakin mewakili jawaban responden.<sup>35</sup> Instrumen pada penelitian ini menggunakan

---

<sup>32</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

<sup>33</sup> Asep Hermawan, *Pendidikan Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: PT. Grasindo, 2005).

<sup>34</sup> Guen Cornney Gultom, 'Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian', 2015.

kuisioner dengan sebanyak pertanyaan yang telah tersedia yang berupa pertanyaan tertulis digunakan untuk memperoleh informasi.

**Tabel 3.**

**Kisi-kisi instrumen penelitian**

<b>No</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Teori</b>	<b>Referensi/Jurnal</b>
1	Barang rongsokan (X)	1. Produsen – Konsumen 2. Produsen – Pengecer – konsumen 3. Produsen – Pedagang besar – pengecer – Konsumen 4. Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen 5. Produsen – Agen – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen	Teori Swasta (2002: 190)	Skripsi dari Ratna Yulita
	Harga (Y)	1. keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat  1. Mencapai volume penjualan	Teori dari Kloter dan Armstrong Sabran	Jurnal dari Lutfan Fazari Hasanto dan Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

---

<sup>35</sup> Bilson Simamora, *Analisis Multivariad Pemasaran* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005).

	Penjualan	2. Mendapatkan laba tertentu 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan	Teori Basu Swasta	Skripsi dari Febriawan Adi Sucahyo
--	-----------	---	-------------------	------------------------------------

## F. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.

### b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) adalah suatu daftar yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dan pilihan jawaban mengenai variabel penelitian atau obyek yang diteliti.<sup>36</sup> Dalam penelitian ini kuesioner akan diberikan kepada pemulung di Pateten II kota Bitung untuk menjawab pertanyaan yang telah disediakan. Adapun skor dari masing-masing alternatif jawaban ini diberikan skor dengan menggunakan pengukuran Ordinal, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.**

**Misalnya :**

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3

<sup>36</sup> M. Muchson, *Metode Riset Akutansi* (Kediri: Spasi Media, 2017).

Tidak Setuju	2
Sangat Tidak setuju	1

### c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono menjelaskan, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.

## G. Teknik Analisis Data

Teknik Analisa Data adalah merupakan kegiatan setelah dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan penghitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotetsis yang telah diajukan.<sup>37</sup>

### a. Uji Kualitas Data

---

<sup>37</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008).

## 1. Uji Validasi

Menurut Arikunto (2010), sebagaimana yang dikutip oleh Freddy Rangkuti, validasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kebiasaan (validasi) suatu alat ukur. Suatu alat ukur valid mempunyai validasi yang tinggi, sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti memiliki tingkat valid yang rendah.

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan menggunakan instrumen yang valid dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid. Sebuah pertanyaan dalam instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan jika nilai  $r$  hitung pertanyaan kurang dari  $r$  tabel maka pertanyaan dalam instrumen penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reabilitas

Kata reliabilitas dalam bahasa Indonesia diambil dari kata *reliability* yang artinya dapat dipercaya. Instrumen tes dikatakan dapat dipercaya (*reliable*) jika memberikan hasil yang tetap atau konsisten apabila diteskan berkali-kali. Uji realibitas dilakukan dengan menggunakan uji *Alpha Cronboch* kemudian membandingkan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel.<sup>38</sup>

---

Apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari  $r$  tabel (0,195) maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil dari 0.195 maka item pertanyaan itu dinyatakan tidak reliabel.

Kuesioner harus memenuhi syarat reabilitas dan validasi. Reabilitas merupakan ukuran konsistensi skor yang dicapai oleh yang sama pada kesempatan yang berbeda, yang ide pokoknya adalah sejauh hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.<sup>39</sup>

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah usaha untuk menemukan apakah data variabel yang kita miliki mendekati populasi distribusi normal atau tidak, bahasa lainnya apakah data kita terdistribusikan normal atau tidak.<sup>40</sup>

Uji normalitas data biasa dikenal dengan uji asumsi. Uji normalitas diartikan sebagai usaha untuk menentukan apakah data variabel X dan Y yang diteliti merupakan distribusi normal atau tidak.<sup>41</sup> Uji normalitas ini digunakan jika analisis menggunakan metode parametrik, dimana persyaratan normalitas

---

<sup>38</sup> Agus Santoso, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* (Jakarta: PT. Grasindo, 2007).

<sup>39</sup> Freddy Rangkut, *The Power Of Brands Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002).

<sup>40</sup> Sufren & Yonathan Natanael, *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa* (Jakarta: PT. Exel Media Komputindo, 2014).

<sup>41</sup> Sufren, *Belajar Otodidak SPSS* (JAKARTA: PT. Elex Media Komputindo, 2014).

ini digunakan jika analisis menggunakan metode parametrik, dimana persyaratan normalitas harus terpenuhi, atau dengan kata lain data yang akan dianalisis harus berdistribusikan normal.<sup>42</sup>

Dalam uji normalitas ini peneliti menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05%). Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05%. Penguji ini menggunakan bantuan SPSS 25.

#### b. Uji Linearitas Data

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear (garis lurus). Uji linearitas adalah pengujian data dengan mencari persamaan garis regresi variabel X terhadap Y.

Dalam analisis regresi linear sederhana, uji linear harus terpenuhi. Uji linearitas yang digunakan dalam SPSS ini adalah *Test for linearity*  $>0.05$  maka terhadap hubungan yang linear. Sedangkan jika nilai *deviation from linearity*  $<0.05$  maka tidak terdapat hubungan yang linear.<sup>43</sup>

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu observasi keobservasi lainnya tujuan dari uji heteroskedastisitas.

---

<sup>42</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: PT. Alfabeta, 2017).

<sup>43</sup> Sigih Santoso, *Statistik Multivariat Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jakarta: PT. Exel Media Komputindo, 2010).

Definisi Heteroskedastisitas jika berbeda variance dari residual satu observasi keobservasi lain konstan serta kebalikannya jika sama disebut Homoskedastisitas. Apabila tidak terjadi Heteroskedastisitas alah model regresi yang baik.<sup>44</sup>

d. Uji Autokomitra

Uji regresi ada komitran tara kekeliruan pengganggu pada periode t dengan kekeliruan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Problem autokomitra apabila terjadi komitra. Auto komitra ditemukan sebabob servasi yang beraturan sepanjang waktu berhubungan satu sama lain.<sup>45</sup>

## 2. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$  Square)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan perubahan nilai variabel terikat. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1.<sup>46</sup> Koefisien Determinasi atau koefisien penentu artinya penyebab perubahan pada variabel Y datang dari variabel X, sebesar  $r^2$ . Nilai  $r^2$  yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas, sedangkan jika nilai  $r^2$  mendekati 1 maka kemampuan variabel bebas

---

<sup>44</sup>Ghozali.

<sup>45</sup>Ghozali.

<sup>46</sup> Purbayu Sandoso dan Muliawan Handani, *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi Dan Niaga* (JAKARTA: Erlangga, 2007).

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 25

## 2. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t ialah pengujian yang dilaksanakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf Signifikansi 5%.<sup>47</sup>

3. Ho : Tidak ada Pengaruh antara Harga (x) terhadap Keputusan Penjualan (y)

4. Ha : Ada Pengaruh antara Harga (x) terhadap Keputusan Penjualan (y)

## 3. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah proses mengestimasi sebuah fungsi hubungan antara variabel tergantung (Y) dengan variabel bebas (X). Regresi merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Uji regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap data dimana terdiri dari dua variabel yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh).

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 25. Secara umum persamaan regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

Dimana :

---

<sup>47</sup>Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis serta Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (Yogyakarta : Pustakabarupress, 2018)

Y = Barang rongsokan (variabel dependt)

a = Konstanta (apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

X = Harga dan penjualan (nilai variabel dependent).<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Setyo Tri Wahyudi, *Statistika Ekonomi Konsep* (Malang: UB Press, 2017).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambar Umum Perusahaan**



Gambar 1.2

Perusahaan PT. KCP Bitung

#### **1. Sejarah Bisnis Jual Beli Barang Rongsokan PT. KCP Bitung**

Sumber yang diperoleh dari bab 4 ini berisi tentang gambaran Objek penelitian atau profil perusahaan yang didapatkan dari pemilik usaha PT. KCP Bitung. Sebagai gambar kondisi lokasi penelitian di PT. KCP Bitung yang berada di Pateten II kecamatan aertembaga. Maka perlu kiranya penulis sampaikan beberapa hal mengenai lokasi penelitian. PT. KCP Bitung merupakan perusahaan penampung barang rongsokan. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Syah Badrun perusahaan ini terletak di Pateten II Lingkungan III Bitung.

PT. KCP Bitung mulai bergerak melakukan kegiatan bisnis jual beli barang rongsokan sudah 14 tahun yang lalu yaitu tahun 2006. Usaha ini menetapkan

560 meter persegi dalam menjalankan usahanya perusahaan ini memiliki 6 orang karyawan<sup>49</sup>

## 2. Praktek Jual Beli Barang Rongsokan di PT. KCP Bitung

Pemulung yang biasa menyeteri rongsokan ke PT. KCP Bitung biasanya bertempat tinggal dari Pateten I, Pateten II, airtembaga, winenet, girian sampai manembo-nembo, para pemasok barang rongsokan ini biasanya mendapatkan barang rongsokan dari TPA (Tempat Pembuangan Akhir), rumah-rumah warga, maupun pabrik-pabrik. Hal pertama yang dilakukan oleh pemasok adalah memisahkan jenis barang rongsokan besi tua, logam, aluminium, kuningan dan lainnya kemudian menyertorkan rongsokan tersebut ke PT. KCP Bitung.

Rongsokan sesampainya di PT. KCP, langsung dilakukan penimbangan tanpa memperhatikan kondisi rongsokan baik rongsokan bersih maupun basah ditimbang secara bersamaan sesuai jenis, bila rongsokan terlalu kotor maka akan dilakukan pemotongan harga, sesuai persetujuan pemasok rongsokan yang sudah di bicarakan sebelumnya. Setelah itu barang rongsokan dimasukan didalam karung untuk mempermudah dalam mengangkut pada waktu menetapkan berat, setelah mengetahui berat timbangan PT. KCP Bitung memberikan harga barang rongsokan sesuai jenisnya, hanya saja

---

<sup>49</sup> Hasil Observasi bersama Pimpinan dan Karyawan PT. KCP Bitung, 22 Juli Tahun 2020 (Pukul 13 : 30 WITA)

akan dilakukan pemptongan harga apabila kondisi rongsokan yang ditimbangan kotor dengan memperkiranya saja.<sup>50</sup>

## B. Karakteritis Responden

### 1. Gambar Umum Responden

Pemberian kuesioner diberikan kepada para Pemulung Pateten II Lingkungan III dimana sampel yang diambil oleh penulis yaitu responden yang Menyettor barang rongsokan di PT. KCP Bitung.

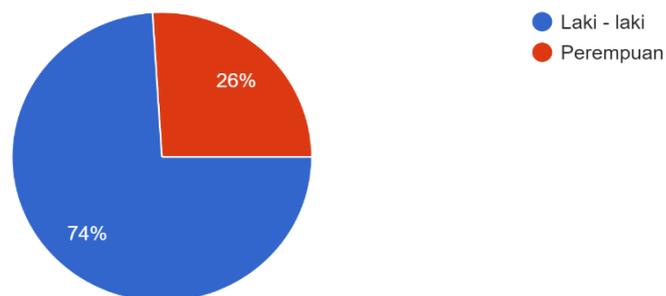
### 2. Karakteritis Responden di PT. KCP Bitung

#### a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden pemulung yang menyettor barang rongsokan di PT. KCP Bitung adalah sebagai berikut :

**Gambar 1.3**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin :  
50 tanggapan



Sumber: Data Primer yang diolah 2020

---

<sup>50</sup> Hasil Observasi bersama Pimpinan dan Karyawan PT. KCP Bitung, 22 Juli Tahun 2020 (Pukul 13 : 30 WITA)

Berdasarkan keterangan tabel, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden dari PT. KCP Bitung Pateten II Lingkungan III yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah Laki-laki, yaitu sebanyak 37 orang atau 74%, sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 13 orang atau 26%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari pemulung di PT. KCP Bitung Pateten II Lingkungan III yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

b. Berdasarkan Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden PT. KCP Bitung Pateten II Lingkungan III adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.**

**Umur Responden**

<b>Umur</b>	<b>Jumbla</b>	<b>Presentase</b>
19-25 tahun	19	38%
26-35 tahun	27	54%
36-47 tahun	4	8%

Sumber :*Hasil Pengolahan Data 2020*

Dari tabel menyatakan bahwa Pemulung berusia 19 tahun sampai 25 tahun sebanyak 19 orang responden atau setara dengan 38%, Pemulung berusia 26 tahun sampai 35 tahun sebanyak 27 orang responden atau setara dengan 54% pemulung berusia 36 tahun sampai 47 tahun sebanyak 4 orang

responden atau setara dengan 8%. Dapat di ambil kesimpulan bahwa jumlah responden berdasarkan umur terbanyak adalah pada umur 26 tahun sampai 35 tahun yaitu sebanyak 27 orang atau 54% yang melakukan penjualan barang rongsokan di PT. KCP Bitung.

- c. Berdasarkan Tempat Tinggal Responden

**Tabel 6.**

**Tempat tinggal Responden**

<b>Pateten II (Lingkungan)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Lingkungan I	6	6
Lingkungan II	14	14
Lingkungan III	30	30
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui jumlah responden berdasarkan tempat tinggal Pemulung di Pateten II Lingkungan III yang di ukur per Lingkungan masing-masing yang paling banyak adalah responden yang beralamat di Pateteng II Lingkungan III yaitu berjumlah 30 orang atau 30 KK Karena 1 KK 1 responden atau sebesar 30%, 6 orang Pateten II Lingkungan I atau sebesar 6%, 14 orang Pateten II Lingkungan II atau sebesar 14%,

### **C. Deskripsi Data Penelitian**

1. Statistik Deskripsi

Penelitian ini terdiri dari satu variable bebas ( $X =$  Pengaruh Harga) dan satu variable terikat ( $Y =$  Keputusan Penjualan). Penelitian ini dilakukan di Peteten II Lingkungan III yang berjumlah 50 responden dan berikut ini adalah tabel dan deskripsi jawaban atau tanggapan dari para responden.

a. Deskripsi Variabel X (Pengaruh harga)

**Tabel 7.**

**Data Variabel X ( Pengaruh Harga)**

No.	Variabel X	PENILAIAN				
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1.	X1	4	22	22	1	1
2.	X2	12	28	9	0	1
3.	X3	11	23	13	2	1
4.	X4	7	30	10	1	1
5.	X5	12	28	7	2	1
6.	X6	12	22	13	1	12
7.	X7	11	21	16	0	1
8.	X8	8	23	17	1	1
9.	X9	9	24	12	4	1
10.	X10	16	28	5	0	1

<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>249</b>	<b>124</b>	<b>12</b>	<b>21</b>
<b>Presentase</b>	<b>20,4%</b>	<b>49,8%</b>	<b>24,8%</b>	<b>2,4%</b>	<b>4,2%</b>

*Sumber: Data Primer yang diolah*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Sebagian besar responden memilih tanggapan “setuju” terhadap item - item pernyataan variable X (Pengaruh harga) yang diberikan dalam bentuk kuisisioner yang berjumlah 249 point atau 49,8% sedangkan sisanya responden yang menjawab “sangat setuju” berjumlah 102 point atau 20,4% responden yang menjawab “kurang setuju” 124 point atau setara 24,8% responden yang menjawab “tidak setuju” 12 point atau 2,4% responden yang menjawab “sangat tidak setuju” 21 point atau 4,2% .

b. Deskripsi Variabel Y (Keputusan Penjualan)

**Tabel 8.**

**Data Variabel Y (Keputusan Penjualan)**

No.	Variabel Y	PENILAIAN				
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Y1	8	21	17	2	2
2.	Y2	7	21	19	4	0
3.	Y3	10	33	5	0	2
4.	Y4	13	30	6	0	1

5.	Y5	14	29	6	0	1
6.	Y6	14	27	8	0	1
7.	Y7	11	29	10	0	0
8.	Y8	8	30	11	0	1
9.	Y9	10	23	15	2	0
10.	Y10	11	25	14	0	0
<b>Total</b>		<b>106</b>	<b>268</b>	<b>111</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Presentase</b>		<b>21,2%</b>	<b>53,6%</b>	<b>22,2%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,6%</b>

*Sumber: Data Primer yang diolah*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Sebagian besar responden memilih tanggapan “setuju” terhadap item - item pernyataan variable Y (Keputusan Penjualan) yang diberikan dalam bentuk kuisioner yang berjumlah 106 point atau 21,2% sedangkan sisanya responden yang menjawab “sangat setuju” berjumlah 268 point atau 53,6% responden yang menjawab “kurang setuju” 111 point atau setara 22,2% responden yang menjawab “tidak setuju” 8 point atau 1,6% responden yang menjawab “sangat tidak setuju” 8 point atau 1,6%

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas Data

Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item pernyataan yang akan digunakan, penulis menggunakan uji validitas analisis korelasi *Bivariate Person* (produk momen person) pada taraf signifikansi 5% nilai r tabel dengan  $df=n-2$  maka akan menjadi ( $df = 100 - 2 = 48$ ) sehingga r tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,278. Apabila nilai r hitung  $>0,278$  maka item pernyataan itu dinyatakan valid. Sedangkan apabila nilai r hitung  $<0,278$  maka item pernyataan itu tidak valid.<sup>51</sup>

Setelah dilakukan uji validitas pada variabel X (Pengaruh harga) setiap pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai *person correlation*  $>0,278$  sehingga semua item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 9.**

**Uji Validitas Variabel X (Peengaruh harga)**

Variabel	Item pernyataan	Nilai r tabel	<i>Person correlation</i>	Ket.
Variabel Pengaruh harga (X)	Pernyataan 1	0,278	0,636	Valid
	Pernyataan 2	0,278	0,650	Valid
	Pernyataan 3	0,278	0,767	Valid
	Pernyataan 4	0,278	0,752	Valid
	Pernyataan 5	0,278	0,743	Valid
	Pernyataan 6	0,278	0,792	Valid
	Pernyataan 7	0,278	0,781	Valid

<sup>51</sup> Gusti Bagus, *Statistik Penelitian Bisnis Dan Pariwisata* (Yogyakarta: ANDI, 2018).

	Pernyataan 8	0,278	0,771	Valid
	Pernyataan 9	0,278	0,450	Valid
	Pernyataan 10	0,278	0,789	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25

Selanjutnya uji validitas, variabel Y (Keputusan Penjualan), semua item juga dinyatakan valid karena memiliki nilai *pearson correlation* >0278 sehingga semua item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 10.**

**Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Penjualan)**

Variabel	Item pernyataan	Nilai r tabel	<i>Person correlation</i>	Ket.
Variabel Keputusan penjualan (Y)	Pernyataan 1	0,278	0,542	Valid
	Pernyataan 2	0,278	0,489	Valid
	Pernyataan 3	0,278	0,544	Valid
	Pernyataan 4	0,278	0,707	Valid
	Pernyataan 5	0,278	0,717	Valid
	Pernyataan 6	0,278	0,721	Valid
	Pernyataan 7	0,278	0,705	Valid
	Pernyataan 8	0,278	0,794	Valid
	Pernyataan 9	0,278	0,728	Valid
	Pernyataan 10	0,278	0,690	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji *alpha cronbach* kemudian membandingkan antara *r* hitung dengan *r* tabel. Apabila nilai *alpha cronbach* lebih besar dari *r* tabel (0,278) maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai *alpha cronbach* lebih kecil dari 0,278 maka item pernyataan itu dinyatakan tidak reliabel.

Setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai reliabilitas dengan menggunakan uji *alpha cronbach* untuk variabel X (Pengaruh harga) adalah 0,771. Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji reliabilitas variabel X (Pengaruh harga) dinyatakan reliabel karena nilai *alpha cronbach*  $>0,278$ .

**Tabel 11.**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.771	11

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0

Selanjutnya uji reliabilitas, variabel Y (Keputusan penjualan) adalah 0,761. Dengan demikian hasil uji variabel Y (Keputusan penjualan) juga dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *alpha cronbach*  $>0,278$ .

**Tabel 12.**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.761	11
------	----

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas diartikan sebagai usaha untuk menentukan apakah data variabel X (Pengaruh harga) dan Y (Keputusan penjualan) yang diteliti merupakan distribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini penulis menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05). Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05.

Setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai *unstandardized residual* adalah 0,182. Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji normalitas dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* variabel X (Pengaruh harga) dinyatakan berdistribusi normal karena memiliki nilai *unstandardized residual* > 0,05

**Tabel 13.**

#### **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.63934614
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.094

Test Statistic	.110
Asymp. Sig. (2-tailed)	.182 <sup>c</sup>

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0.0

#### b. Uji Linearitas Data

Dalam analisis regresi linear sederhana, uji linearitas harus terpenuhi. Uji linearitas yang digunakan dalam SPSS ini adalah *Test for Linearity* dengan melihat apabila nilai *deviation from linearity* > 0.05 maka terdapat hubungan yang linear. Sedangkan jika nilai *deviation from linearity* < 0.05 maka tidak terdapat hubungan yang linear.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, diketahui nilai *deviation from linearity* adalah 0,027. Dengan demikian, nilai *deviation from linearity* terdapat hubungan yang linear, karena memiliki nilai *deviation from linearity* > 0,05

**Tabel 14.**

### UJI LINEARITAS DATA

#### ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	ig.
Keputusan Penjualan * Pengaruh Harga	Between (Combined) Groups	787.620	17	46.331	2.963	.004
	Linearity	233.367	1	233.367	14.927	.004

	Deviation from Linearity	554.253	16	34.641	2.215	.027
	Within Groups	500.400	32	15.638		
		1288.020	49			

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0.0

Dari tabel di atas hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel ANOVA. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada kolom *Deviation from Linearity* sebesar 0,027. Signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel X (Pengaruh harga) dan variabel Y (Keputusan penjualan) terdapat hubungan yang linear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu observasi keobservasi lainnya tujuan dari uji heteroskedastisitas. Definisi Heteroskedastisitas jika berbeda variance dari residual satu observasi keobservasi lain konstan serta kebalikannya jika sama disebut Homoskedastisitas. Apabila tidak terjadi Heteroskedastisitas alah model regresi yang baik.

**Tabel 15.**

**Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.549	2.781		3.793	.000



Besaran pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat yang diuji pada tingkat signifikan 0,05 diuji dengan Uji T. Pengujian hipotesis ketetapannya sebagai berikut:

1) Perumusan Hipotesis

- a) Terdapat Pengaruh X terhadap Y
- b) Tidak terdapat pengaruh X terhadap Y

2) Landasan penetapan ketetapan:

- a) Jika  $\text{Sig} < 0,05$  ataupun  $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$  = maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- b) Jika  $\text{Sig} > 0,05$  ataupun  $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$  = maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Berikut ini ialah tabel yang memaparkan hasil terhadap uji T (parsial) sebagai berikut:

**Tabel 17.**

**Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25.324	4.291		5.902	.000
Pengaruh Harga	.360	.111	.426	3.259	.002

Perbandingan hasil uji T (parsial dengan T tabel untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y dengan perumusan:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha / 2 : n-k-1) = (0,025 : 48) = 2.010$$

Keterangan :

a : Tingkat kepercayaan ( $0,05/2=0,025$ )

N : Jumlah sampel penelitian (60)

K : Jumlah variabel X (1)

kesimpulan bahwasanya uji hipotesis melalui uji t ialah Hasil uji t menunjukkan nilai signifikan (sig) untuk pengaruh X terhadap Y ialah 0,000 < 0,05 serta nilai  $t_{hitung}$  3.259 lebih besar dari > 2.010 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh X terhadap Y

b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang mendekati 0 (nol) berarti kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, sedangkan nilai koefisien determinasi yang mendekati 1 berarti variabel independen hampir memberikan informasi yang dijelaskan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil dalam pengujian ini bisa dilihat dari tabel 1.17.

**Tabel 18.**

**UJI DETERMINASI  $R^2$  Square  
Model Summaryb**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
---	----------	-------------------	----------------------------

	.426 <sup>a</sup>	.181	.164	4.687
--	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Penjualan

Sumber : *Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25.0*

Hasil dalam pengujian ini dapat dilihat dari 1.10 tabel *Model Summary* bahwa nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,426. dari hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,181, yang artinya bahwa pengaruh variabel X (Pengaruh harga) terhadap Y (Keputusan penjualan) adalah sebesar 18,1% sedangkan sisanya 89,1% ( $100 - 18,1\% = 89,1\%$ ) dipengaruhi faktor oleh diluar penelitian.

#### 6. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap data dimana terdiri dari dua variabel yaitu satu variabel independen dan variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.0. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:<sup>52</sup>

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan (Variabel Dependen)

a = Konstanta (apabila X= 0)

b = Koefisien Regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

---

<sup>52</sup> Iqbal Hasan.

X = Nilai Variabel Independen

**Tabel 19.**  
**Uji Regresi Linear Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25.324	4.291		5.902	.000
Pengaruh Harga	.360	.111	.426	3.259	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Penjualan

Sumber: *Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25.0*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diatas dijelaskan bahwa nilai a = angka konstan dari *unstandardized coefficients* sebesar 25.324. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Pengaruh harga (X) maka nilai konsisten Keputusan penjualan 25.324 (Y) adalah 25.324. Sedangkan nilai b = angka koefisien regresi, nilainya sebesar 0,360. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 5% tingkat Pengaruh harga, maka keputusan penjualan (Y) akan meningkat sebesar +25.324

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Pengaruh harga barang rongsokan (X) berpengaruh positif terhadap Keputusan penjualan di Peteten II (Y) .

Berdasarkan hasil pengujian nilai  $a$  dan  $b$  tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi, yaitu:  $Y = a + bX = 25,324 + 0,360X$

#### D. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 1 bulan di Pateten II Lingkungan III pada PT. KCP Bitung dengan jumlah pemulung yang menjadi sampel penulis adalah 50 orang.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pembahasan Pengaruh Harga Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan Pada Pemulung Pateten II Lingkungan III yang diolah menggunakan Program SPSS 25.0 dinyatakan terdistribusi normal sehingga layak untuk diuji dengan uji linearitas dan uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linear sederhana, uji koefisien regresi (uji  $t$ ), uji koefisien determinasi (uji  $R^2$ ). Hal itu dibuktikan dengan hasil pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data yang dilakukan dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05). Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05 dan setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai *unstandardized residual* adalah 0,182. Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji normalitas dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov* dinyatakan berdistribusi normal karena memiliki nilai *unstandardized residual* > 0,05.

Selanjutnya, dari hasil uji linearitas apabila nilai *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear. Dan setelah dilakukan uji linearitas dapat diketahui nilai *deviation from linearity* sebesar

0,027 yang artinya terdapat hubungan yang linear karena lebih besar dari 0,05, adapun uji hipotesis melalui uji t ialah Hasil uji t menunjukkan nilai signifikan (sig) untuk pengaruh X terhadap Y ialah  $0,002 < 0,05$  serta nilai  $t_{hitung}$  3.259 lebih besar dari  $> 2.010$  sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh X terhadap Y, dari hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel COEFFICIENTS. Dapat diketahui bahawa nilai signifikansi sebesar 0,11. Signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas, dari hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel SUMMARY. Dapat diketahui bahawa  $du < d < 4-du = 1.584 < 1,924 < 1.580$ . Kesimpulan nya tidak terdapat autokorelasi.

Adapun berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji regresi linear sederhana diketahui nilai constants (a) sebesar 25.324 sedangkan nilai constants (b) koefisien regresi +0,360. Ini menyatakan bahwa setiap penambahan 5% tingkat pengaruh harga

Keputusan penjualan (Y) akan meningkat sebesar +0,360. Karena nilai koefisiensi regresi bernilai (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Harga (X) berpengaruh positif terhadap Keputusan Penjualan (Y) sehingga persamaan regresinya adalah  $Y = a + bX = 25,324 + 0,360$ . Dari uji regresi linear sederhana bernilai (+) atau tidak berpengaruh negatif maka dengan demikian dilakukan lagi uji koefisien determinasi (uji  $R^2$ ). Kemudian diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,181 atau 18,1% yang artinya  $H_0$  diterima, karena

terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Keputusan Penjualan dan  $H_0$  ditolak.

Hasil dalam pengujian ini, dapat diketahui bahwa nilai  $R Square = 0,181$  atau 18,1%. Maka Pengaruh Harga dalam pembahasan ini adalah harga di PT. KCP Bitung berpengaruh terhadap keputusan penjualan oleh pemulung sebesar 18,1% dan sisanya ( $100\% - 18,1\% = 81,9\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada *Model Summary*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian selama 2 bulan yang diambil dari beberapa pemulung di Pateten II Lingkungan III yang sering menyeter barang rongsokan di PT. KCP yang telah diberikan kuesioner penelitian tentang “Pengaruh Harga Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan (Studi khusus pada PT. KCP Bitung Pateten II Lingkungan III)” maka penulis menarik kesimpulan dari rumusan masalah yang ada yaitu variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Penjualan. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis menggunakan regresi linear sederhana dimana bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Pengaruh harga barang rongsokan (X) berpengaruh positif terhadap Keputusan penjualan di Pateten II (Y) . Berdasarkan hasil pengujian nilai a dan b tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi, yaitu:  $Y = a + bX = 25,324 + 0,360X$

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis mempunyai beberapa saran yang dapat dikemukakan penulis bagi pengelola dan pemilik perusahaan PT. KCP Bitung yang ada di Kota Bitung dan juga bagi peneliti selanjutnya, saran tersebut diantaranya:

1. Dari hasil penelitian, untuk jalur pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan cukup mahal dan margin keuntungan bagi pemulung

yang diperoleh pengepul cukup tinggi, berarti masih dalam batas wajar dan bisa dipertahankan.

2. Kurangnya karyawan dan alat penimbangan sehingga membuat konsumen atau pemulung yang ingin menyetor barang harus antri atau menunggu.
3. Bagi peneliti berikutnya agar dapat menambah faktor-faktor lainnya yang dapat meningkatkan minat terhadap jual beli barang rongsokan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Afrianto, 'Analisis Penjualan PT. Suka Fajar LTD Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Mitsubishi Di Riau (Studi Khusus Mini Bus)', 2011
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1998)
- Desita Inara, 'Praktek Jual Beli Barang Rongsokan Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen', *EKONOMI*, 2020
- Freddy Rangkut, *The Power Of Brands Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- Ghazaly, Abdul Rahman, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- Gultom, Guen Cornney, 'Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian', 2015
- Gusti Bagus, *Statistik Penelitian Bisnis Dan Pariwisata* (Yogyakarta: ANDI, 2018)
- Hermawan, Asep, *Pendidikan Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: PT. Grasindo, 2005)
- Hidayat, Luthfan Fauzari Harsanto & Drs. Wahyu M, Si, 'Adminitrasi Bisnis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipang Di Perumahan Plamon Indang Semarang)', 2017
- Iqbal Hasan, *Pokok- Pokok Materi Statistik I* (JAKARTA: Bumi Aksara, 1990)
- Iswaty, Musllich Anshori & Sri, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya:

- Airlangga University Press, 2017)
- Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)
- Kristanto, Jajat, *Manajemen Pemasaran Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi* (Jakarta: Erlangga, 2011)
- Lahirya, Zulqaria, 'Verifikasi Jual Beli Barang Rongsokan Ditinjau Terhadap Legalitas Maqalah', 2017
- Lee, Philip Kloter & Nancy, *Pemasaran Di Sektor Publik* (Jakarta: Jaya Cermelang, 2007)
- M. Anang Firmansyah, *Prilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2018)
- Muchson, M., *Metode Riset Akutansi* (Kediri: Spasi Media, 2017)
- Natanael, Sufren & Yonathan, *Belajar Otadidak SPSS Pasti Bisa* (Jakarta: PT. Exel Media Komputindo, 2014)
- Pahlevi, 'Pengertian Penjualan Fungsi Tujuan Jenis-Jenis Dan Tahapan', 2019
- Prof. Dr. H. Hendi Suhendi, M. Si., *Fiqh Muamalah*, 2014
- Prof. Dr. Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan* (JAKARTA: Alfabeta. Surapranata, Sumarna., 2017)
- Purbayu Sandoso dan Muliawan Handani, *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi Dan Niaga* (JAKARTA: Erlangga, 2007)
- Raharjani, Jeni, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja', 2005
- Rangkut, Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009)

- Ratna Yulita, 'Distribusi Pemasaran Barang Rongsokan (Studi Khusus Pengepul Barang Rongsokan Di Kecamatan Depok Sleman Yogyakarta)', 2008
- Santoso, Agus, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* (Jakarta: PT. Grasindo, 2007)
- Santoso, Sigih, *Statistik Multivariat Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jakarta: PT. Exel Media Komputindo, 2010)
- Setyo Tri Wahyudi, *Statistika Ekonomi Konsep* (Malang: UB Press, 2017)
- Simamora, Bilson, *Analisis Multivariat Pemasaran* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Sucahyo, Febriawan Adi, 'Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko Olaraga Sport Smart Fik Uny', 2014
- Sufren, *Belajar Otodidak SPSS* (JAKARTA: PT. Elex Media Komputindo, 2014)
- Sugiyono, Prof. Dr., *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Sujpraweni Wiratna. V, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru)
- , *Metodelogi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008)
- , *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: PT. Alfabeta, 2017)
- Sulisa, 'Analisis Pemasaran Salak Pondoh Di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman', 2011
- Wahana Komputer, *Solusi Mudah Dan Cepat Menguasai SPSS 25.0 Untuk Pengolahan Data Statistik* (JAKARTA: PT. Gramedia, 2009)
- Wikipedia Bahasa Indonesia, Hipotesis, 2020
- V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,

2014)

Yuniwati, Rully Indrawan & Poppy, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran Manajemen Pembangunan Dan Pendidikan* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2016)

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

**LAMPIRAN I****KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH HARGA BARANG RONGSOKAN TERHADAP****KEPUTUSAN PENJUALAN**

Responden yang terhormat saya mengharapkan kerja samanya untuk mengisi kuesioner ini dengan benar, kuesioner ini hanya digunakan untuk penyelesaian dan penelitian skripsi semata. Atas kerjasamanya dan perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

**A. Identifikasi Responden**

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

**B. Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda (  $\checkmark$  ) pada kolom yang telah tersedia sesuai dengan jawaban anda.

Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut :

Keterangan	Sekor Nilai
------------	-------------

1. Sangat Setuju	5
2. Setuju	4
3. Kurang Setuju	3
4. Tidak Setuju	2
5. Sangat Tidak Setuju	1

1. Variabel X (Harga)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Apakah pengepul biasa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan PT. KCP Bitung					
2.	Apakah pengepul sering membandingkan harga yang di ambil dari perusahaan PT. KCP Bitung dan perusahaan lain.					
3.	Apakah harga Barang rongsokan di PT. KCP Bitung sesuai dengan manfaat yang Diberikan					

4.	Apakah harga barang rongsongan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan di PT. KCP Bitung					
5.	Apakah harga barang rongsongan di PT. KCP Bitung memberikan potongan harga jika barang rongsongan kotor					
6.	Apakah harga barang rongsongan di PT. KCP Bitung sangat dapat di jangkau oleh pemulung dimana saja					
7.	Apakah harga barang rongsongan dan penimbangannya di PT. KCP Bitung sesuai					
8.	Apakah harga barang rongsongan di PT. KCP Bitung dapat bersaing dengan perusahaan lain					
9.	Apakah harga barang rongsongan di PT. KCP Bitung sering berubah-ubah setiap minggu atau bulannya					
10.	Apakah harga barang rongsongan di PT. KCP Bitung bervariasi sesuai jenisnya					

## 2. Variabel Y (Keputusan)

No	Pertanyaan	Pilih Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS

1.	Pengepul memutuskan menjual barang rongsokannya karena harga di perusahaan PT. KCP Bitung lebih tinggi di bandingan perusahaan lain					
2.	Pengepul memutuskan untuk melakukan penjualan barang rongsokan di PT. KCP Bitung karena keuntungannya yang sangat besar di bandingan perusahaan lain					
3.	Pengepul memutuskan melakukan penjualan barang rongsokan karena di PT. KCP Bitung menerima berbagai jenis barang rongsokan					
4.	Pengepul memutuskan menjual barang rongsongkan di PT. KCP Bitung karena informasi harga cepat dapat di mengerti dan dipahami					
5.	Pengepul memutuskan menjual barang rongsongan karena tempat di PT. KCP Bitung terjangkau dan mudah di temukan					
6.	Pengepul memutuskan menjual barang rongsokan di PT. KCP Bitung karena membantu kebutuhan hidup sehari-hari					

7.	Pengepul memutuskan menjual barang rongsokan di PT. KCP Bitung karena sesuai dengan keinginan karena harga dan pelayanannya bagus					
8.	Pengepul memutuskan menjual barang rongsokan di PT. KCP Bitung karena berdasarkan pengalaman orang lain					
9.	Pengepul yang rajin menyeter barang rongsokan di PT. KCP Bitung sering mendapatkan bonus					
10.	Pengepul tidak pernah kecewa dengan pelayanan di PT. KCP Bitung					

### Tanggapan Responden

Responden	Variabel X (Harga)											
	No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1		4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	44
2		4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	46
3		5	3	5	4	5	5	5	5	2	5	44
4		5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
5		4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	39
6		5	5	2	1	5	1	3	3	4	4	33
7		5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
8		4	3	5	4	2	3	4	4	2	4	35





2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	44
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45
6	1	2	4	3	3	4	3	3	2	3	28
7	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
8	5	5	3	1	1	1	3	1	3	3	26
9	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
10	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
15	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	39
16	3	3	4	5	3	5	5	4	5	5	42
17	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	40
18	3	3	4	4	4	4	3	4	5	5	39
19	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	43
20	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	36
21	2	2	5	4	4	4	4	4	2	4	35
22	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	42
23	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
26	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	35
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	36
29	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	41
30	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40

31	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
32	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
33	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34
34	4	3	4	4	4	5	3	4	5	5	41
35	3	3	4	5	4	4	3	4	4	5	39
36	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	34
39	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
40	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	42
43	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
44	2	2	5	5	5	5	5	5	3	3	40
45	4	3	5	5	5	5	4	4	3	3	41
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
49	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	35
50	1	3	4	4	3	4	4	3	3	3	32

**LAMPIRAN II****UJI KUALITAS DATA**

Uji Validasi Variabel X ( Harga)

Correlations											
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL
Correlation	1	.342*	.414**	.370**	.535**	.302*	.532**	.500**	.161	.479**	.636**
(one-tailed)		.015	.003	.008	.000	.033	.000	.000	.265	.000	.000



on Correlation	.161	.450**	.159	.049	.346*	.217	.220	.213	1	.352*	.450**
(2-tailed)	.265	.001	.270	.736	.014	.130	.125	.137		.012	.001
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	.479**	.511**	.400**	.579**	.602**	.622**	.578**	.551**	.352*	1	.789**
(2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.012		.000
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	.636**	.650**	.767**	.752**	.743**	.792**	.781**	.771**	.450**	.789**	1
(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

### Uji Validitas Variabel Y (Penjualan)

		Correlations										
		r1	r2	r3	r4	r5	r6	r7	r8	r9	r10	TOTAL
on Correlation		1	.812**	.174	.044	.195	-.051	.211	.166	.474**	.360*	.542**
(2-tailed)			.000	.226	.763	.174	.727	.142	.251	.001	.010	.000
		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation		.812**	1	.144	-.019	.060	-.062	.247	.097	.469**	.319*	.489**
(2-tailed)		.000		.319	.896	.679	.671	.083	.503	.001	.024	.000
		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation		.174	.144	1	.400**	.362**	.504**	.343*	.363**	.088	.208	.544**
(2-tailed)		.226	.319		.004	.010	.000	.015	.010	.545	.148	.000
		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation		.044	-.019	.400**	1	.662**	.745**	.536**	.709**	.364**	.353*	.707**
(2-tailed)		.763	.896	.004		.000	.000	.000	.000	.009	.012	.000

	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	.195	.060	.362**	.662**	1	.631**	.528**	.775**	.331*	.274	.717**
(2-tailed)	.174	.679	.010	.000		.000	.000	.000	.019	.054	.000
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	-.051	-.062	.504**	.745**	.631**	1	.548**	.702**	.403**	.477**	.721**
(2-tailed)	.727	.671	.000	.000	.000		.000	.000	.004	.000	.000
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	.211	.247	.343*	.536**	.528**	.548**	1	.632**	.397**	.353*	.705**
(2-tailed)	.142	.083	.015	.000	.000	.000		.000	.004	.012	.000
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	.166	.097	.363**	.709**	.775**	.702**	.632**	1	.476**	.447**	.794**
(2-tailed)	.251	.503	.010	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	.474**	.469**	.088	.364**	.331*	.403**	.397**	.476**	1	.805**	.728**
(2-tailed)	.001	.001	.545	.009	.019	.004	.004	.000		.000	.000
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	.360*	.319*	.208	.353*	.274	.477**	.353*	.447**	.805**	1	.690**
(2-tailed)	.010	.024	.148	.012	.054	.000	.012	.001	.000		.000
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
on Correlation	.542**	.489**	.544**	.707**	.717**	.721**	.705**	.794**	.728**	.690**	1
(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

### LAMPIRAN III :

#### Uji Reliabilitas Variabel X (Harga)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	Number of Items
.771	11

## Uji Reabilitas Variabel Y (Penjualan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	Number of Items
.761	11

## LAMPIRAN IV :

## UJI ASUMSI KLASIK

## Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Standard Deviation	4.63934614
Extreme Differences	Positive	.110
	Negative	.110
	Absolute	-.094
Asymptotic Significance		.110
Exact Sig. (2-tailed)		.182 <sup>c</sup>

<sup>a</sup> Normal distribution is Normal.

<sup>b</sup> Calculated from data.

<sup>c</sup> . For Significance Correction.

## Uji Linearitas Data

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Penjualan *	Pengaruh Harga	Total	787.620	17	46.331	2.963	.004
		Between Groups	233.367	1	233.367	4.924	.001
		Within Groups	554.253	16	34.641	2.215	.027
	Total Corrected	500.400	32	15.638			
	Corrected Total	1288.020	49				

### LAMPIRAN V :

#### Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
	Instandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	25.324	4.291		5.902	.000
Pengaruh Harga	.360	.111	.426	3.259	.002

Dependent Variable: Keputusan Penjualan

#### Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
	Instandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	10.549	2.781		3.793	.000
RES2	-.189	.072	-.355	-2.635	.011

Dependent Variable: RES2

#### Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

	R	Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.426 <sup>a</sup>	.181	.164	4.687	1.924

Predictors: (Constant), Harga

Dependent Variable: Keputusan

**LAMPIRAN VI :****Uji Korelasi**

<b>Correlations</b>			
		Ingaruh Harga	Keputusan Penjualan
Ingaruh Harga	Correlation	1	.426**
	(2-tailed)		.002
		50	50
Keputusan Penjualan	Correlation	.426**	1
	(2-tailed)	.002	
		50	50

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

**Uji T****Coefficients<sup>a</sup>**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					

stant)	25.324	4.291		5.902	.000
aruh Harga	.360	.111	.426	3.259	.002

### Uji Determinasi R<sup>2</sup> Square

Model Summary <sup>b</sup>			
R	Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.426 <sup>a</sup>	.181	.164	4.687

redictors: (Constant), Pengaruh Harga

endent Variable: Keputusan Penjualan

### LAMPIRAN VI : Tabel r

N	R	N	r	N	r	N	R	N	r	N	r
1	0.997	41	0.30	81	0.21	121	0.17	161	0.15	201	0.138
2	0.95	42	0.29	82	0.21	122	0.17	162	0.15	202	0.137
3	0.878	43	0.29	83	0.21	123	0.17	163	0.15	203	0.137
4	0.811	44	0.29	84	0.21	124	0.17	164	0.15	204	0.137

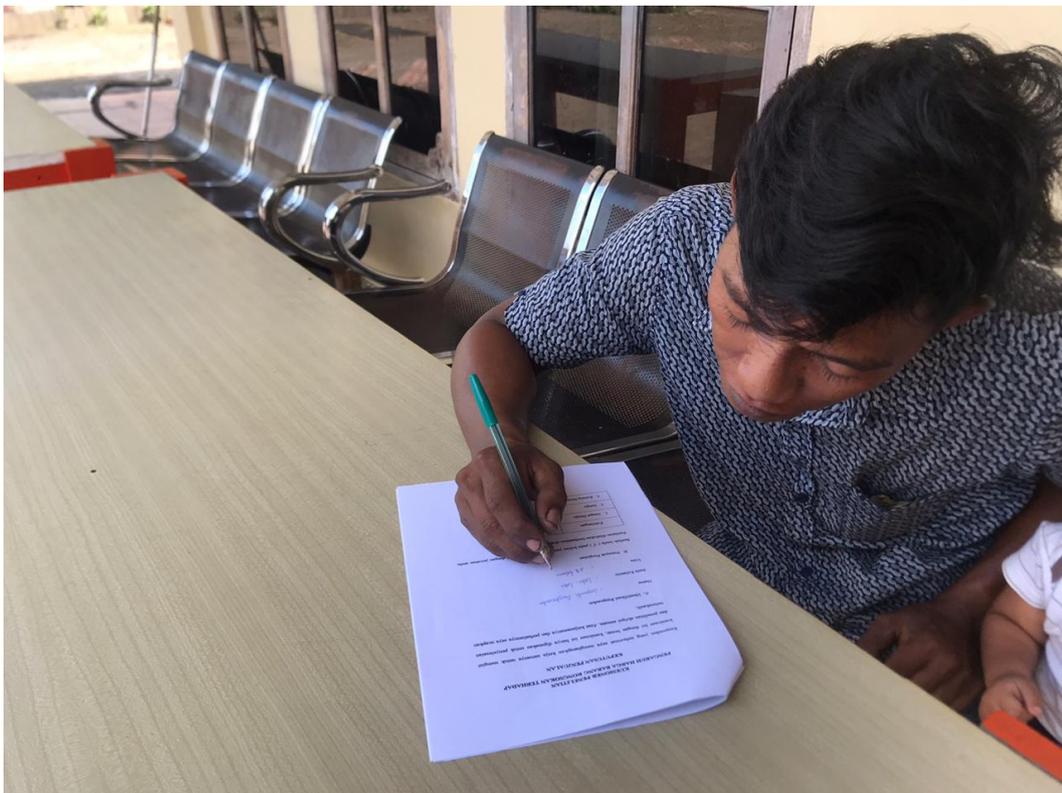
5	0.754	45	0.28	8 85	0.21	1 125	0.17	4 165	0.15	2 205	0.136
6	0.707	46	0.28	5 86	0.21	1 126	0.17	4 166	0.15	1 206	0.136
7	0.666	47	0.28	2 87	0.20	8 127	0.17	3 167	0.15	1 207	0.136
8	0.632	<b>48</b>	<b>0.27</b>	9 88	0.20	7 128	0.17	2 168	0.15	1 208	0.135
9	0.602	49	0.27	6 89	0.20	6 129	0.17	2 169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.27	3 90	0.20	5 130	0.17	1 170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.27	1 91	0.20	4 131	0.17	171	0.14	9 211	0.134
12	0.532	52	0.26	8 92	0.20	3 132	0.17	172	0.14	9 212	0.134
13	0.514	53	0.26	6 93	0.20	2 133	0.16	9 173	0.14	8 213	0.134

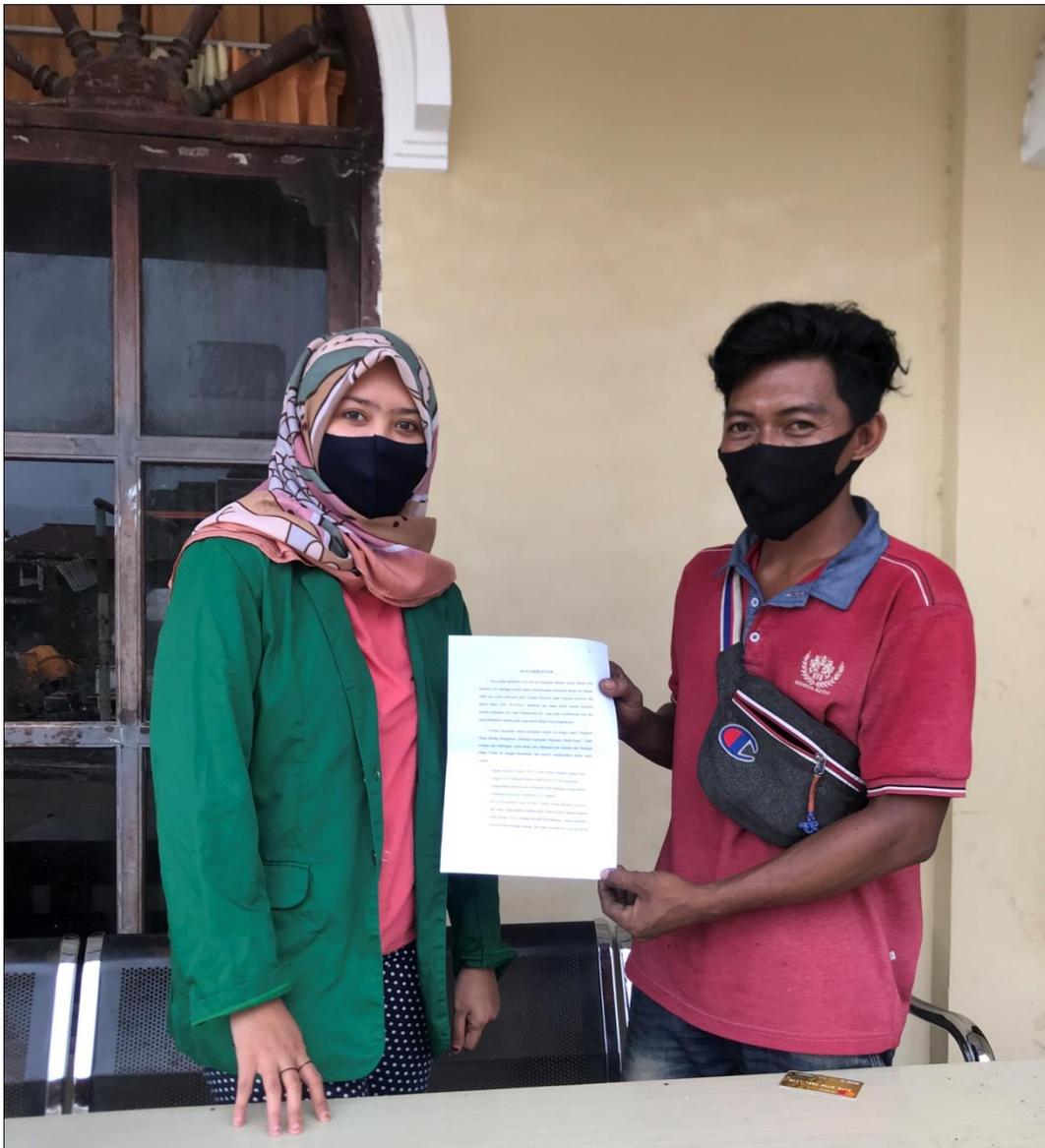
14	0.497	54	0.26	3 94	0.20	1 134	0.16	8 174	0.14	8 214	0.134
15	0.482	55	0.26	1 95	0.2	135	0.16	8 175	0.14	8 215	0.133
16	0.468	56	0.25	9 96	0.19	9 136	0.16	7 176	0.14	7 216	0.133
17	0.456	57	0.25	6 97	0.19	8 137	0.16	7 177	0.14	7 217	0.133
18	0.444	58	0.25	4 98	0.19	7 138	0.16	6 178	0.14	6 218	0.132
19	0.433	59	0.25	2 99	0.19	6 139	0.16	5 179	0.14	6 219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.19	5 140	0.16	5 180	0.14	6 220	0.132
21	0.413	61	0.24	8 101	0.19	4 141	0.16	4 181	0.14	5 221	0.131
22	0.404	62	0.24	6 102	0.19	3 142	0.16	4 182	0.14	5 222	0.131

23	0.396	63	0.24	4	103	0.19	2	143	0.16	3	183	0.14	4	223	0.131
24	0.388	64	0.24	2	104	0.19	1	144	0.16	3	184	0.14	4	224	0.131
25	0.381	65	0.24		105	0.19		145	0.16	2	185	0.14	4	225	0.13
26	0.374	66	0.23	9	106	0.18	9	146	0.16	1	186	0.14	3	226	0.13
27	0.367	67	0.23	7	107	0.18	8	147	0.16	1	187	0.14	3	227	0.13
28	0.361	68	0.23	5	108	0.18	7	148	0.16		188	0.14	2	228	0.129
29	0.355	69	0.23	4	109	0.18	7	149	0.16		189	0.14	2	229	0.129
30	0.349	70	0.23	2	110	0.18	6	150	0.15	9	190	0.14	2	230	0.129
31	0.344	71	0.23		111	0.18	5	151	0.15	9	191	0.14	1	231	0.129

32	0.339	72	0.22	9 112	0.18	4 152	0.15	8 192	0.14	1 232	0.128
33	0.334	73	0.22	7 113	0.18	3 153	0.15	8 193	0.14	1 233	0.128
34	0.329	74	0.22	6 114	0.18	2 154	0.15	7 194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.22	4 115	0.18	2 155	0.15	7 195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.22	3 116	0.18	1 156	0.15	6 196	0.13	9 236	0.127
37	0.316	77	0.22	1 117	0.18	157	0.15	6 197	0.13	9 237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.17	9 158	0.15	5 198	0.13	9 238	0.127
39	0.308	79	0.21	9 119	0.17	9 159	0.15	5 199	0.13	8 239	0.126
40	0.304	80	0.21	7 120	0.17	8 160	0.15	4 200	0.13	8 240	0.126

## DOKUMENTASI PENELITIAN







**KEMENTERIAN AGAMA RI.**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
*Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Kota Manado Telp. (0431) 860616 Manado 95128*

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI**

Nomor: B-29/ /In.25/F.IV/PP.009/03/2021

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum  
 Nip. : 19780324200642003  
 Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Sintia Huma  
 Nim. : 16.4.1.030  
 Prodi. : Ekonomi Syariah

Setelah mengadakan cek plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, maka Skripsi Mahasiswa tersebut diatas. dengan judul:

“Pengaruh Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan (Studi kasus pada PT. KCP (Kemilau Cahaya Puruama) Bitung Peteten II Lingkungan III)”

Dinyatakan bebas plagiasi/ ~~plagiasi di atas 25%~~ \*

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 22. Maret 2021

Dekan,

  
 Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum  
 Nip. 19780324200642003

\* coret yang tidak perlu.

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Sintia Huma

NIM : 16.4.1.030

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

TTL : Bitung, 09 Agustus 1996

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Bitung Pateten II Lingkungan III

Orang Tua

Ayah : Alm. Toga Huma

Ibu : Herni Makaminang

Riwayat Pendidikan

SD : SD Gemim 16 Pateten

SMP : SMP Negeri 7 Bitung

SMA : SMK Baramuli Airmadidi

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado