

Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Nafisa Production Di Surabaya

Erni Hariyanie ¹, Widodo Widodo ², Achmad Daengs GS ³, Diana Zuhro ⁴, Retno Susanti ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas 45 Surabaya

Korespondensi penulis : bumigora80@gmail.com

ABSTRACT. *This research was motivated by a decline in performance at Nafisa Production in Surabaya. Because Human Resources are central figures in organizations and companies. In order for management activities to run well, companies must have knowledgeable and highly skilled employees and efforts to manage the company as optimally as possible so that employee performance increases. The more employees have high performance, the overall company productivity will increase so that the company will be able to survive in global competition. The purpose of this study was to determine the effect of motivation and work environment on employee performance. Through the questionnaire method by distributing questionnaires to 35 respondents from Nafisa Production employees in Surabaya. Based on data analysis and simultaneous hypothesis testing in this study, it can be seen that motivation (X1) and work environment (X2) simultaneously influence employee performance (Y), this can be proven by the calculated F value (23.380) > F table (2.034). Meanwhile, the R multiple value of 0.771 shows that the closeness of the relationship between the independent variable and the dependent variable is 77.10%. While the value of the coefficient of multiple determination is 0.594 which means that all independent variables can explain employee performance (Y) of 59.40%. Partially, motivation affects the performance of Nafisa Production employees. This can be seen from the calculated t value, which is greater than motivation (X1) of 2.918 compared to the work environment variable which is only 2.918. Thus it can be concluded that motivation and work environment have a significant influence on the performance of NAFISA Production Surabaya employees*

Keywords: *Motivation, Work Environment, Employee Performance.*

ABSTRAK. Penelitian ini dilatarbelakangi adanya penurunan kinerja pada Nafisa Production di Surabaya. Karena Sumber Daya Manusia merupakan tokoh sentral dalam organisasi maupun perusahaan. Agar aktivitas manajemen berjalan dengan baik, perusahaan harus memiliki karyawan yang berpengetahuan dan berketrampilan tinggi serta usaha untuk mengelola perusahaan seoptimal mungkin sehingga kinerja karyawan meningkat. Semakin banyak karyawan mempunyai kinerja tinggi, maka produktifitas perusahaan secara keseluruhan akan meningkat sehingga perusahaan akan dapat bertahan dalam persaingan global. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Melalui metode kuesioner dengan menyebarkan angket kuesioner terhadap 35 orang responden karyawan Nafisa Production di Surabaya. Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis secara simultan pada penelitian ini dapat diketahui bahwa motivasi (X1) dan lingkungan kerja (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan (Y), hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai F hitung (23,380) > F tabel (2,034). Sedangkan nilai R multiple 0,771 menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat 77,10%. Sedangkan nilai koefisien determinasi berganda sebesar 0,594 yang berarti seluruh variabel bebas dapat menjelaskan kinerja karyawan (Y) sebesar 59,40%. Secara parsial motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan Nafisa Production, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitungnya yang lebih besar motivasi (X1) sebesar 2,918 dibanding dengan variabel lingkungan kerja yang hanya sebesar 2,918. Dengan demikian disimpulkan bahwa motivasi dan lingkungan kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan NAFISA Production Surabaya

Kata Kunci : Motivasi, Lingkungan kerja, Kinerja Karyawan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam suatu sistem operasi perusahaan, potensi Sumber Daya Manusia pada hakekatnya merupakan salah satu modal dan memegang suatu peran yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu mengelola Sumber Daya Manusia sebaik mungkin. Sebab kunci sukses suatu perusahaan bukan hanya pada keunggulan teknologi dan tersedianya dana saja.

Motivasi dan lingkungan kerja yang baik dapat juga menunjang keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sebab melalui adanya dua faktor tersebut akan menciptakan tingkat produktivitas kerja yang tinggi sehingga menunjang keberhasilan perusahaan. Sebaliknya jika tingkat produktivitas kerja menurun akan menghambat perusahaan tersebut dalam mencapai tujuannya.

Perusahaan juga membutuhkan sumber daya manusia yaitu para karyawan. Karyawan merupakan sumber daya yang penting bagi perusahaan karena memiliki bakat, tenaga dan kreatifitas yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya, kinerja yang dicari oleh perusahaan adalah seseorang yang tegantung dari kemampuan, motivasi dan dukungan individu yang diterima (Mathis and Jakson,2002;89)

Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang memfokuskan diri pada unsur sumber daya manusia, tugas MSDM adalah mengelola unsur manusia secara baik agar diperoleh tenaga kerja yang puas akan pekerjaannya. didalam organisasi manusia merupakan salah satu unsur yang terpenting dalam pelaksanaan suatu pekerjaan yang dituju, tanpa peran manusia meskipun berbagai faktor yang dibutuhkan itu telah tersedia organisasi tidak akan berjalan, karena manusia merupakan penggerak dan penentu jalannya suatu organisasi, dan oleh karena itu hendaknya organisasi memberikan arahan yang positif demi tercapainya tujuan organisasi.

Dalam kondisi saat ini perubahan lingkungan bisnis baik teknologi maupun politik, ekonomi sangat berpengaruh pada perusahaan perusahaan besar khususnya dalam menghadapi persaingan. pada umumnya perusahaan yang tidak mampu menghadapi persaingan memiliki kinerja dan kualitas produk yang rendah, untuk mampu membawa organisasi perusahaan dalam memasuki lingkungan bisnis manajer harus bertanggung jawab untuk merencanakan dan memiliki kompetensi untuk melakukan perubahan sesuai dengan yang diharapkan.

Kesuksesan suatu organisasi dalam mengelola sumber daya manusia yang dimiliki sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan organisasi, setiap organisasi akan selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawannya dengan harapan apa yang menjadi tujuan perusahaan akan tercapai, sumber daya terpenting bagi suatu perusahaan atau organisasi adalah sumber daya manusia yaitu orang yang telah memberikan tenaga, bakat, kreatifitas dan usaha mereka pada organisasi (Handoko,2001 : 133)

Simamora (2002: 21) Kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu organisasi adalah kinerja karyawannya, kinerja karyawan merupakan suatu tindakan yang dilakukan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan yang diberikan perusahaan (Handoko 2001, h.135). setiap perusahaan selalu mengharapkan karyawannya mempunyai prestasi karena dengan memiliki karyawan yang berprestasi akan memberikan sumbangan yang optimal bagi perusahaan. Selain itu dengan memiliki karyawan yang berprestasi dan berpengalaman sesuai dengan keahliannya masing-masing perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaannya, karena seringkali perusahaan mengalami masalah dalam sumber daya manusia yang kurang dalam memenuhi tuntutanannya, masalah sumber daya manusia menjadi tantangan tersendiri bagi manajemen karena keberhasilan manajemen dan yang lain itu tergantung pada kualitas sumber daya manusianya, apabila individu dalam perusahaan yaitu SDM-nya dapat berjalan efektif maka perusahaan tetap berjalanefektif sehingga dengan kata lain kelangsungan suatu perusahaan itu ditentukan oleh kinerja karyawannya.

Faktor yang dianggap penting bagi peningkatan kinerja yaitu adanya motivasi kerja dan lingkungan kerja yang terpenuhi dalam hasrat sumber daya manusia, motivasi adalah kondisi energy yang menggerakkan dalam diri individu yang terarah untuk mendorong suatu kepuasan diri sendiri untuk mencapai tujuan organisasi, motivasi muncul dari dua dorongan yaitu dorongan dari dalam diri sendiri (*internal motivation*) dan dorongan dari luar diri/pihak lain (*external motivation*). Tingkatan motivasi tersebut rendah, sedang dan tinggi, perbedaan tingkatan motivasi individu dalam organisasi sangat mempengaruhi hasil kerja dan bahkan kinerjanya didalam organisasi (Mangkunegara,2010: 18)

Selain motivasi faktor lingkungan kerja dalam suatu organisasi mempunyai arti penting bagi karyawan yang melakukan aktifitas, karena hal ini akan menentukan hasil secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan manusia didalamnya. Lingkungan kerja

merupakan faktor pokok yang menentukan tingkah laku dalam aktifitas, lingkungan kerja yang menyenangkan akan mendorong tingkat kinerja dipandang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, maka ada peningkatan kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya, sebaliknya bilamana kondisi yang timbul bertentangan dengan tujuan, kebutuhan dan motivasi pribadi dapat dimungkinkan bahwa kinerja akan berkurang.

Nafisa Production merupakan salah satu pelaku ekonomi yang bergerak dibidang Garment di Surabaya, yang memanfaatkan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam melakukan suatu pekerjaan setiap karyawan membutuhkan motivasi yang ada pada dirinya agar timbul suatu semangat atau kegairahan dalam bekerja, dengan pemberdayaan yang tepat akan memberikan kontribusi bagi optimalisasi kinerja organisasi maupun perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi

Dalam pokok bahasan bidang study MSDM, motivasi dan kepuasan kerja merupakan bagian kecil dari sub topic pokok kajian ilmu yang menyangkut MSDM. Dalam sejarahnya teori motivasi berkembang di era tahun 1950-an, dimana proses dan formulasi telah terbentuk ketika itu. Istilah motivasi (motivation) berasal dari bahasa latin, yakni movere yang berarti “menggerakkan” (to move).

Menurut Sedarmayanti (2013:233), “motivasi merupakan kesediaan mengeluarkan tingkat upaya tinggi kearah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi kebutuhan individual”. unsur upaya merupakan ukursn intensitas. Bila seseorang termotivasi, ia akan mencoba kuat. Tujuan organisasi adalah upaya yang seharusnya, kebutuhan suatu keadaan internal yang menyebabkan hasil tertentu tampak menarik. Dari batasan yang telah diutarakan secara sederhana dapat dikatakan bahwa motivasi merupakan timbulnya perilaku yang mengarah pada tujuan tertentu dengan penuh komitmen sampai tercapainya tujuan dimaksud.

Menurut George R. Terry dalam Sedarmayanti (2013:233) motivasi adalah “keinginan yang terdapat pada seorang individu yang merangsangnya melakukan tindakan” .

Silalahi (2002: 341) Motivasi juga didefinisikan sebagai dorongan dari dalam diri individu berdasarkan mana dari berperilaku dengan cara tertentu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Adapun pemotivasian dapat diartikan sebagai pemberian motif – motif sebagai pendorong agar orang bertindak, berusaha untuk mencapai tujuan organisasional.

Sudarwan Damin (2012:2) mengemukakan istilah motivasi (*motivation*) atau motif (*motive*) populer di dunia kehidupan yang menuntut prestasi. Motivasi diartikan sebagai kekuatan, dorongan, kebutuhan, semangat, tekanan atau mekanisme psikologi yang mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai prestasi tertentu sesuai dengan apa yang dikehendakinya. Di lingkungan kerja dikenal dengan istilah motivasi kerja. Dalam arti kognitif, motivasi diasumsikan sebagai aktivitas individu untuk menentukan kerangka dasar tujuan dan penentuan perilaku untuk mencapai tujuan itu. Dalam arti afeksi, motivasi bermakna sikap dan nilai dasar yang dianut oleh seseorang atau sekelompok orang untuk bertindak atau tidak bertindak.

Tiga unsur esensial dari motivasi, antara lain :

- a. Faktor pendorong atau pembangkit motif (baik internal maupun eksternal)
- b. Tujuan yang ingin dicapai
- c. Strategi yang diperlukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu

Teori – teori Motivasi

Mangkunegara (2012:62-63) menyebutkan bahwa teori motivasi dipahami agar pimpinan mampu mengidentifikasi apa yang termotivasi karyawan bekerja, hubungan perilaku kerja dengan motivasi dan mengapa karyawan berprestasi tinggi. Teori – teori motivasi dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu :

1. Teori Motivasi dengan Pendekatan Isi (*Content Theory*)
2. Teori motivasi dengan pendekatan proses (*Process Theory*)
3. Teori motivasi dengan pendekatan penguat (*Reinforcement Theory*)

A. *Theory X and Theory Y*

Menurut Douglas MCGregor dalam Veithzal Rivai dan Ella Jauvani (2011:842-843) mengajukan dua pandangan yang berbeda tentang manusia, negative dengan tanda label X dan positif dengan tanda label Y. Setelah melakukan penyelidikan tentang perjanjian seorang manajer dan karyawan, McGregor merumuskan asumsi-asumsi dan perilaku manusia dalam organisasi sebagai berikut:

Teori X (negative) merumuskan asumsi seperti :

- 1) Karyawan sebenarnya tidak suka bekerja dan jika ada kesempatan dia akan menghindarinya atau bermalas-malasan dalam bekerja
- 2) Semenjak karyawan tidak suka atau tidak menyukai pekerjaannya, mereka harus diatur dan dikontrol bahkan mungkin ditakuti untuk menerima sanksi hukum jika tidak bekerja dengan sungguh-sungguh

Sebaliknya teori Y (positif) memiliki asumsi-asumsi sebagai berikut :

- 1) Karyawan dapat memandang pekerjaan sebagai sesuatu yang wajar, lumrah dan alamiah baik tempat bermain atau istirahat, dalam artian berdiskusi atau sekedar teman bicara
- 2) Manusia akan melatih tujuan pribadi dan pengontrolan diri sendiri jika mereka melakukan komitmen yang sangat objektif

B. Teori Penentuan Tujuan

Tujuan khusus dan sulit menghantar ke kinerja lebih tinggi (Gene Broadwater dalam Sedarmayanti,2013:237)

C. Teori Motivasi Higiene

Teori motivasi Higiene adalah faktor intrinsik dihubungkan dengan kepuasan kerja, sementara faktor ekstrinsik dikaitkan dengan ketidakpuasan (Herzberg dalam Sedarmayanti, 2013:236)

D. Teori Keadilan

Menurut Sedarmayanti (2013:237), sebagai berikut:

1. Individu membandingkan masukan dan keluaran pekerjaan mereka dengan masukan/keluaran orang lain, kemudian berespon untuk menghapuskan setiap ketidakadilan.
2. Teori keadilan mengenali bahwa individu tidak hanya peduli akan jumlah mutlak ganjaran untuk upaya mereka, tetapi juga akan hubungan jumlah ini dengan apa yang diterima orang lain.

E. Expectancy Theory

Teori pengharapan dikembalikan oleh Victor H. Vroom, yang kemudian diperluas oleh Porterv dan Lawler. Keith Davis (1985:65) dalam Mangkunegara (2012:69-72) mengemukakan bahwa "*Vroom Explain that motivation is a product of how much one wants something and pne's estimet of the probability that a certain will lead to it*". Vroom menjelaskan bahwa motivasi merupakan suatu produk dari bagaimana seseorang menginginkan sesuatu, dan penaksiran seseorang memungkinkan aksi tertentu yang akan menuntunnya.

F. Teori ERG

Dalam Veithzal Rivai dan Ella Jauvani (2011:844), teori ERG menyebutkan ada tiga kategori kebutuhan individu, yaitu eksistensi (*existence*), keterhubungan (*relatedness*) dan pertumbuhan (*growth*), yang berupa :

1. Kebutuhan eksistensi adalah bertahap hidup, kebutuhan fisik
2. Kebutuhan keterhubungan adalah kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain yang bermanfaat seperti keluarga, sahabat, atasan, keanggotaan didalam masyarakat

G. Teori Evaluasi Kognitif

Membagi ganjaran ekstrinsik untuk perilaku yang sebelumnya secara intrinsik telah diberi hadiah cenderung mengurangi tingkat motivasi keseluruhan (Sedarmayanti, 2013:237).

Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan

Motivasi merupakan sebuah posisi untuk bertindak dengan cara yang khusus dan terarah pada tujuan tertentu sekalipun rumusan tentang rumusan motivasi dibatasi hingga purposif atau yang diarahkan pada tujuan.

Manusia sebagai makhluk sosial berusaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan ekspektansi. Hal tersebut menimbulkan ketegangan-ketegangan pada para manajer, yang dianggap mereka kurang menyenangkan. Dengan anggapan bahwa perilaku khusus tertentu dapat mengurangi perasaan yang dimiliki, maka hal tersebut menyebabkan orang yang bersangkutan berperilaku. Perilaku tersebut diarahkan kepada tujuan untuk mengurangi kondisi ketegangan tersebut. Dimulainya perilaku tersebut menyebabkan timbulnya petunjuk-petunjuk yang memberikan umpan balik (informasi) kepada orang yang bersangkutan tentang dampak berperilaku.

Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap kinerja Karyawan

Manusia akan mampu melaksanakan kegiatannya dengan baik, sehingga dicapai suatu hasil yang optimal, apabila diantaranya ditunjang oleh sarana yang lengkap dan kondisi lingkungan yang sesuai. Suatu kondisi lingkungan dikatakan baik atau sesuai apabila manusia dapat melaksanakan kegiatannya secara optimal, sehat, aman dan nyaman. Ketidak sesuaian lingkungan kerja dapat dilihat akibatnya dalam jangka waktu yang lama. Lebih jauh lagi, keadaan lingkungan yang kurang baik dapat menuntut tenaga dan waktu yang lebih banyak dan tidak mendukung diperolehnya rancangan system kerja yang efisien. Berikut beberapa faktor yang diuraikan Sedarmayanti (2009:28) yang dapat mempengaruhi terbentuknya suatu kondisi lingkungan kerja dikaitkan dengan kemampuan karyawan, diantaranya adalah :

- A. Penerangan atau Cahaya di Tempat Kerja
- B. Temperatur di Tempat Kerja
- C. kelembaban di Tempat Kerja
- D. Sirkulasi Udara di Tempat Kerja
- E. Kebisingan di Tempat Kerja
- F. Getaran Mekanis di Tempat Kerja
- G. Bau-bauan di Tempat Kerja
- H. Tata Warna di Tempat Kerja
- I. Dekorasi di Tempat Kerja
- J. Musik di Tempat Kerja
- K. Keamanan di Tempat Kerja

Menurut Robbins-Coulter (1999:93) dalam Asriyanto (2013) lingkungan dirumuskan menjadi dua, meliputi lingkungan umum dan lingkungan khusus.

1. Lingkungan Umum

Segala sesuatu diluar organisasi yang memiliki potensi untuk mempengaruhi organisasi. Lingkungan ini berupa kondisi social dan kondisi teknologi yang meliputi:

- a. Fasilitas kerja
- b. Teknologi

2. Lingkungan Khusus

Lingkungan khusus adalah bagian lingkungan yang secara langsung berkaitan dengan pencapaian sasaran-sasaran sebuah organisasi yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan.

Pengertian Kinerja Karyawan

Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif, sesuai dengan kewenangan dan tugas masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara illegal, tidak melanggar hokum dan sesuai dengan moral atau etika (Moehariono, 2010)

Menurut Mangkunegara (2009:67), “Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya ”.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan

Menurut Mocheriono (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah sebagai berikut :

1. Harapan mengenai imbalan
2. Dorongan
3. Kemampuan
4. Kebutuhan dan sifat
5. Persepsi terhadap tugas
6. Imbalan Eksternal dan Internal
7. Persepsi terhadap tingkat imbalan dan kepuasan kerja

Indikator Kinerja Karyawan

Menurut Mangkunegara (2005:67) indicator kinerja karyawan adalah sebagai berikut :

1. Kuantitas Kerja
2. Kualitas kerja
3. kerjasama
4. Tanggung Jawab
5. Inisiatif

Hipotesis

Hipotesis Penelitian merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang diajukan. Untuk itu, maka diperlukan adanya pengujian ulang guna memperoleh jawaban yang sebenarnya. Dari sini hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Motivasi dan lingkungan kerja secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada Nafisa *Production* Surabaya
2. Motivasi dan lingkungan kerja secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada Nafisa *Production* Surabaya
3. Variabel Motivasi mempunyai pengaruh dominan terhadap kinerja karyawan pada Nafisa *Production* Surabaya.

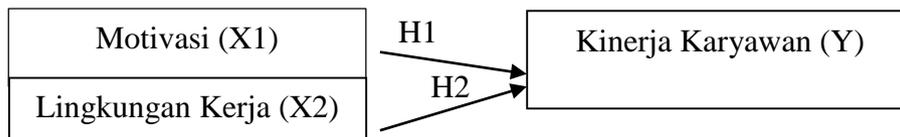
Companies that have competence in the fields of marketing, manufacturing and innovation can make its as a souch to achieve competitive advantage (Daengs GS, et al. 2020:1419).

The research design is a plan to determine the resources and data that will be used to be processed in order to answer the research question. (Asep Iwa Soemantri, 2020:5).

Standard of the company demands regarding the results or output produced are intended to develop the company. (Istanti, Enny, 2021:560).

METODE PENELITIAN

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

H1 : Motivasi (X1) berpengaruh terhadap kinerja karyawan (Y)

H2 : Lingkungan Kerja (X2) berpengaruh terhadap kinerja karyawan (Y)

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Suharsimi, 2006:118). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

a. Motivasi (Variabel X1) :

b. Lingkungan Kerja (Variabel X2) :

Definisi Operasional

A. Variabel Motivasi (X1)

Pengukuran variabel dengan memberikan kuisioner kepada responden guna mengetahui tanggapan mereka mengenai motivasi kerja mereka. Terkait dengan motivasi yang dimaksud penekannya pada :

1. Perhatian
2. Komunikasi
3. Partisipasi
4. Gaji
5. Penghargaan

B. Variabel Lingkungan Kerja (X2)

Pengukuran variabel dengan memberikan kuisioner kepada responden guna mengetahui tanggapan mereka mengenai lingkungan kerja mereka. Terkait dengan motivasi yang dimaksud penekannya pada :

1. Kelengkapan perlengkapan
2. Penerangan dalam ruang kerja
3. Tata warna dengan penataan
4. Kebisingan suara
5. Suhu udara

C. Kinerja Karyawan (Variabel Y)

Pengukuran variabel kinerja karyawan ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden, dalam hal ini adalah pimpinan perusahaan. Terkait dengan kinerja karyawan yang dimaksud penekannya pada :

1. Hasil kualitas kerjanya
2. Bekerja sama dengan rekan kerjanya
3. Semangat tinggi dalam melaksanakan pekerjaan
4. Tanggung jawab terhadap pekerjaan
5. Penyelesaian pekerjaan

Untuk pemilihan jawaban atas variabel yang disediakan maka skala pengukuran atau pembobotan nilai angket menggunakan skala lickert dengan kriteria sebagai berikut :

- | | |
|------------------------|-----------|
| a. Sangat Setuju | = (SS) |
| b. Setuju | = (S) |
| c. Kurang Setuju | = (KS) |
| d. Tidak Setuju | = (TS) |
| e. Sangat Tidak Setuju | = (STS) |

Model dan Teknik Analisa

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisa regresi linier berganda. Tujuan dari penggunaan regresi linier berganda ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan antar variabel-variabel dalam penelitian ini. adapun rumus yang digunakan :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

- Y : Tingkat Kinerja karyawan
- X1 : Motivasi
- X2 : Lingkungan kerja
- β_0 : Konstanta
- β_1 : Koefisien regresi dari motivasi
- β_2 : Koefisien regresi dari Lingkungan Kerja
- e : Faktor pengganggu

Pembuktian Hipotesis

Secara Simultan (uji F)

Uji regresi secara bersama-sama yang digunakan untuk melihat signifikan tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dari keseluruhan sampel.

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji (F test).

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)} \dots\dots\dots \text{Sudjana, (1992:108)}$$

Keterangan :

- R : Koefisien determinasi berganda
- K : Jumlah variabel bebas
- N : Banyaknya pengamatan

Adapun bentuk hipotesis yang diajukan untuk pengujian tersebut adalah :

- 1) $H_0 : \beta_1 \dots \beta_2 = 0$ (Variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat)
- 2) $H_0 : \beta_1 \dots \beta_2 \neq 0$ (Variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat)

Kaidah pengujian adalah sebagai berikut :

- a) Apabila $F \text{ hitung} \geq F \text{ table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b) Apabila $F \text{ hitung} \leq F \text{ table}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- c) Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 dengan derajat bebas $(n - k - 1)$, dimana $n =$ jumlah pengamatan dan $k =$ jumlah variabel bebas.

Secara Parsial (Uji t)

Uji regresi secara parsial adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial dan mengetahui variabel yang mempunyai pengaruh dominan serta signifikan dengan menggunakan uji t (t hitung). Dengan persamaan sebagai berikut :

$$T \text{ hitung} = \frac{b_i}{Se(b_i)} \dots \dots \dots \text{Sudjana, (1992 :111)}$$

Keterangan :

Bi : Koefisien regresi

Se (bi) : Standar error

Adapun bentuk hipotesis yang ditujukan untuk pengujian tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ (Variabel bebas tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat)
- 2) $H_0 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ (Variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat)

Kaidah pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a) Apabila $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} \leq -t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b) Apabila $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- c) Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 dengan derajat bebas $(n - k - 1)$, dimana $n =$ jumlah pengamatan dan $k =$ jumlah variabel bebas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa bagus sebuah instrumen yang digunakan untuk mengukur (sebuah konsep tertentu) yang harus diukur. (Sekaran, 1992) dalam Kristiningsih *et al* (2012:13). Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode korelasi product moment pearson. Jika hasil korelasi antara tiap-tiap pertanyaan dengan skor total menunjukkan hasil yang signifikan (signifikan $<0,05$ dan korelasi $>0,4$), maka item pertanyaan tersebut valid.

Hasil Pengujian validitas terhadap variabel harga(X_1), kualitas produk(X_2), kualitas pelayanan(X_3), dan volume penjualan(Y) dapat dilihat sebagai berikut ini:

- a. pengujian terhadap item pernyataan variable harga(X_1) dari hasil pengujian diperoleh hasil:

Tabel 1

Hasil Pengujian Validitas Variable Harga(X₁)

Pernyataan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	0,660	0,00	Valid
2	0,729	0,00	Valid
3	0,571	0,00	Valid
4	0,616	0,00	Valid
5	0,670	0,00	Valid
6	0,588	0,00	Valid

Sumber: *Hasil Pengujian Validitas SPSS*

Dari tabel 4.3. diatas dapat diketahui bahwa untuk item pernyataan variabel Harga (X₁) korelasinya > 0,4 dan signifikan lebih < 0,05. hal tersebut berarti bahwa secara keseluruhan item pernyataan mengenai Harga adalah valid.

- b. Selanjutnya pengujian terhadap item pernyataan variabel kualitas produk(X₂) dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa untuk item pernyataan variabel Kualitas Produk (X₂) korelasinya > 0,4 dan signifikan < 0,05, hal tersebut berarti bahwa secara keseluruhan item pernyataan mengenai Kualitas Produk adalah valid.
- c. Selanjutnya pengujian terhadap item pernyataan variabel Kualitas Pelayanan dari hasil pengujian diperoleh hasil:
dapat diketahui bahwa untuk item pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X₃) signifikan lebih kecil dari 0,05, hal tersebut berarti bahwa secara keseluruhan item pernyataan mengenai Kualitas Pelayanan adalah valid.
- d. Selanjutnya pengujian terhadap item pernyataan variabel volume penjualan dari hasil pengujian diperoleh hasil: dapat diketahui bahwa untuk item pernyataan variabel volume penjualan(Y) korelasinya >0,4 dan < 0,05, hal tersebut berarti bahwa secara keseluruhan item pernyataan mengenai volume penjualan adalah valid.

Hasil pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variable penelitian. Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (a). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Alpha* lebih besar daripada 0,60 (Nunnaly, 1967; dalam Ghozali, 2006).

Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel harga(X₁), Kualitas produk(X₂), kualitas pelayanan(X₃) dan volume penjualan(Y) dapat dilihat sebagai berikut :

Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel harga(X_1), Kualitas produk(X_2), dan kualitas pelayanan(X_3), berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor honda vario techno di surabaya. Adapun hasil dari teknik analisis data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Dari hasil analisis data diperoleh nilai persamaan regresi yaitu:

$$Y = 3,761 + 0,281 X_1 - 0,182 X_2 + 0,272 X_3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat diuraikan pengertian sebagai berikut :

a. Nilai Konstanta = 3,761

Nilai konstanta 3,761 menunjukkan bahwa apabila variabel X_1 , X_2 , dan X_3 , dalam kondisi tetap atau konstan, maka besarnya nilai volume penjualan(Y) sebesar 3,761 satuan.

b. Nilai $\beta_1 = 0,281$

Nilai β_1 menunjukkan nilai 0,281 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel harga(X_1) dengan volume penjualan(Y) yang artinya bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel harga(X_1) sebanyak 1 satuan, maka volume penjualan(Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,281 satuan. Dengan asumsi variabel X_2 , dan X_3 dalam kondisi tetap atau konstan.

c. Nilai $\beta_2 = 0,182$

Nilai β_2 menunjukkan nilai 0,182 dan memiliki tanda koefisien regresi yang negatif, hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang berlawanan arah antara variabel kualitas produk(X_2) dengan volume penjualan(Y) yang artinya bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel kualitas produk(X_2) sebanyak 1 satuan, maka volume penjualan(Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,182 satuan. Dengan asumsi variabel X_1 , dan X_3 dalam kondisi tetap atau konstan.

d. Nilai $\beta_3 = 0,272$

Nilai β_3 menunjukkan nilai 0,272 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel kualitas pelayanan(X_3) dengan volume penjualan(Y) yang artinya bahwa apabila terjadi penambahan pada variabel desain kualitas pelayanan(X_3) sebanyak 1 satuan, maka volume penjualan(Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,272 satuan. Dengan asumsi variabel X_1 dan X_2 dalam kondisi tetap atau konstan.

Hasil analisis regresi melalui program komputer SPSS *output* yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Koefisien Determinasi Hasil Uji Regresi Berganda

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.689 ^a	.475	.441	1.516	2.185

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KUALITAS_PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: VOLUME_PENJUALAN

Interpretasi:

a. Koefisien korelasi (R) = 0, 689

Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel bebas (Harga, Kualitas produk dan Kualitas pelayanan) secara simultan terhadap variabel terikat (volume penjualan).

b. Koefisien determinasi (R²) atau R.Square = 0, 475

Hal ini mempunyai arti bahwa pengaruh semua variabel bebas (Harga, Kualitas produk dan Kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (volume penjualan) adalah sebesar 0, 475 atau 47,5%, sedangkan sisanya sebesar 0,525 atau 52,5% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti.

c. Adjusted R Square (R² yang disesuaikan) = 0, 441

Hal ini mempunyai arti bahwa dilihat dari determinasi yang disesuaikan pengaruh semua variabel bebas (Harga, Kualitas produk dan Kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (volume penjualan) sebesar 0, 441 atau 44,1%, sedangkan sisanya sebesar 0,559 atau 55,9% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama (Uji F)

Hasil Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu harga(X₁), Kualitas produk(X₂), dan kualitas pelayanan(X₃) terhadap variabel terikat yaitu volume penjualan(Y) sebagai variabel terikatnya. Berdasarkan uji F sesuai dengan hasil pengujian SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Hasil uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95.770	3	31.923	13.886	.000 ^a
	Residual	105.750	46	2.299		
	Total	201.520	49			

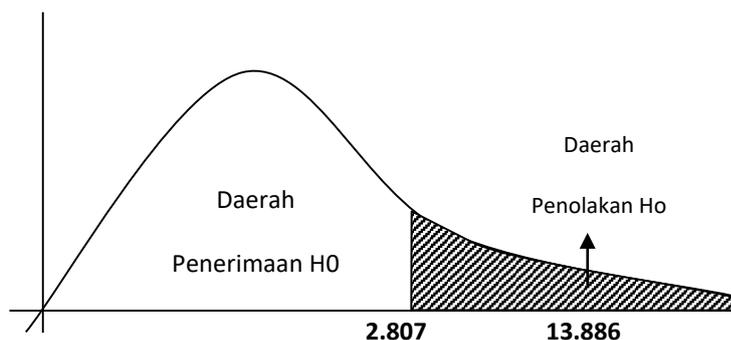
a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KUALITAS_PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: VOLUME_PENJUALAN

Berdasarkan Uji F di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan.
- b. $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan.

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS yang diringkas pada Tabel 4.10. diperoleh F hitung sebesar 13.886 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,807 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara bersama–sama harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan jasa bordir CV. Aditama Surabaya.



Gambar 1
Kurva Distribusi Uji F

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen yaitu harga(X_1), Kualitas produk(X_2), dan kualitas pelayanan(X_3) terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan(Y). Berdasarkan uji t sesuai dengan hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.761	2.462		1.528	.133
HARGA	.281	.096	.380	2.916	.005
KUALITAS_PRODUK	-.182	.079	-.249	-2.293	.026
KUALITAS PELAYANAN	.272	.101	.352	2.694	.010

a. Dependent Variable: VOLUME_PENJUALAN

Dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel Pengaruh harga terhadap Volume Penjualan

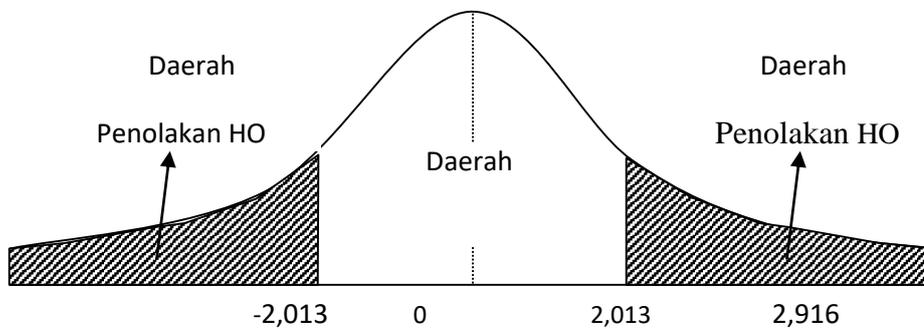
Ho : $\beta_1 = 0$ variabel harga, tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

Ho : $\beta_1 \neq 0$ variabel pengaruh harga ada pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

- $\alpha = 0,05/2 = 0,025$ dengan $df = (n-k-1) = (50-3-1) = 46$

- t hitun = 2,916

- t tabel = 2,013



Gambar 2

*Kurva Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis
Variabel Pengaruh Harga (X_1)*

Ho diterima dan Hi ditolak apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak dan Hi diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Hasil uji t diperoleh untuk variabel harga diperoleh nilai t hitung = 2,916 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%, didapat t tabel sebesar 2,013. Ini berarti t hitung > t tabel,

yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa pengaruh harga yang semakin baik, akan meningkatkan volume penjualan. hal ini berarti kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

2. Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan

$H_0 : \beta_2 = 0$ variabel Kualitas Produk, tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

$H_0 : \beta_2 \neq 0$ variabel Kualitas Produk ada pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

- $\alpha = 0,05/2 = 0,025$ dengan $df = (n-k-1) = (50-3-1) = 46$

- $t_{hitung} = -2,293$

- $t_{tabel} = -2,013$

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Hasil uji t diperoleh untuk variabel Harga diperoleh nilai $t_{hitung} = -2,293$ dengan tingkat signifikansi 0,026. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%, didapat t_{tabel} sebesar -2,013. Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. hal ini berarti kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

3. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Volume Pejualan

$H_0 : \beta_3 = 0$ variabel kualitas pelayanan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

$H_0 : \beta_3 \neq 0$ variabel desain produk ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

- $\alpha = 0,05/2 = 0,025$ dengan $df = (n-k-1) = (50-3-1) = 46$

- $t_{hitung} = 2,694$

- $t_{tabel} = 2,013$

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Hasil uji t diperoleh untuk variabel desain produk (X_3) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,694$ dengan tingkat signifikansi 0,010. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%, didapat t_{tabel} sebesar 2,013. Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$

hitung > t table yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayan yang semakin baik, akan meningkatkan volume penjualan. hal ini berarti kualitas pelayan mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Hasil Pengujian Hipotesa 3 (Uji Dominan)

Berdasarkan hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa nilai *Standardized Coefficients Beta* dari pengaruh harga sebesar 0.380 yang lebih besar dari nilai *Standardized Coefficients Beta* variabel bebas lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga(X₁) berpengaruh dominan terhadap volume penjualan (Y) jasa bordir CV, Aditama Surabaya. Sehingga hipotesis ketiga dapat terbukti kebenarannya.

Tabel 5

Nilai Standardized Coefficients Beta

Variabel	<i>Standardized Coefficients Beta</i>
X1	0,380
X2	-0,249
X3	0,352

Sumber: lampiran yang telah diolah SPSS

Pembahasan

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesa yang telah dilakukan, penulis akan mengemukakan pembahasan dari hasil penelitian, sebagai berikut :

- a. Hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) diketahui nilai F hitung 13.886 > F tabel 2,807 dengan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. sehingga dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel harga(X₁), kualitas produk(X₂), kualitas pelayanan(X₃), secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan(Y) jasa border CV. Aditama Surabaya.
- b. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) untuk harga(X₁) terhadap volume penjualan(Y) jasa border CV. Aditama Surabaya, diperoleh hasil t hitung > t tabel yaitu 2,916 > 2,013 dengan signifikansi sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh harga(X₁) mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y) jasa bordir CV, Aditama Surabaya.
- c. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) untuk kualitas produk(X₂) terhadap volume penjualan(Y) jasa bordir CV, Aditama Surabaya, diperoleh hasil t hitung > t tabel yaitu -2,293 > -2,013 dengan signifikansi sebesar 0,029 yang lebih kecil dari 0,05, maka Ho ditolak

- dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk(X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan(Y) jasa bordir CV, Aditama surabaya.
- d. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) untuk kualitas pelayanan(X_3) terhadap volume penjualan(Y) jasa bordir CV, Aditama surabaya, diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,694 > 2,013$ dengan signifikansi sebesar $0,010$ yang lebih kecil dari $0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan(X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjuala (Y) jasa bordir CV, Aditama surabaya.
- e. Hasil pengujian nilai *Standardized Coefficients Beta* dari variabel bebas yang terdiri harga(X_1), kualitas produk(X_2) dan kualitas pelayanan(X_3) yang memiliki pengaruh dominan terhadap volume penjualan (Y) jasa bordir CV. Aditama surabaya adalah harga(X_1) dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* yang lebih besar dengan variabel bebas lainnya yaitu sebesar $0,380$.

Time management skills can facilitate the implementation of the work and plans outlined. (Rina Dewi, et al. 2020:14)

Saat mengumpulkan sumber data, peneliti mengumpulkan sumber data berupa data mentah. Metode survei adalah metode pengupulan data primer dengan menggunakan pertanyaan tertulis(Kumala Dewi, Indri et all, 2022 : 29).

Data analysis in the study was carried out through descriptive analysis method, which is defined as an attempt to collect and compile data, then an analysis of the data is carried out, while the data collected is in the form of words. (Kasih Prihantoro, Budi Pramono et al, 2021 : 198).

KESIMPULAN

1. Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga(X_1), kualitas produk(X_2) dan kualitas pelayanan(X_3) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan(Y) CV. Aditama surabaya , hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} $24,137$ lebih besar dar F_{tabel} $2,472$ dengan taraf signisfikansi $0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$ Sehingga hipotesis terbukti kebenarannya.
2. Pengujiaan hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara parsial diperoleh hasil variabel harga(X_1), kualitas produk(X_2) dan kualitas pelayanan(X_3) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan(Y), hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} yang diperoleh lebih

besar dari t tabel dan tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis terbukti kebenarannya.

- Uji hipotesis ketiga menunjukkan nilai *Standardized Coefficients (Beta)* dari masing-masing variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap volume penjualan jasa bordir CV. Aditama Surabaya adalah harga(X_1) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga(X_1) mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap volume penjualan(Y) jasa bordir CV. Aditama Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 1998. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit CV. Alfabata, Bandung.
- Assauri, Sofyan, 2001. *Manajemen Pemasaran Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Cahyono, Sidar, 1999. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Dian Sarana Ilmu, Bandung.
- Daengs, G. S. A., Istanti, E., Negoro, R. M. B. K., & Sanusi, R. (2020). The Aftermath of Management Action on Competitive Advantage Through Process Attributes at Food and Beverage Industries Export Import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal Of Criminology and Sociologi*, 9, 1418–1425
- Enny Istanti1), Bramastyo Kusumo2), I. N. (2020). IMPLEMENTASI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PEMBELIAN BERULANG PADA PENJUALAN PRODUK GAMIS AFIFATHIN. *Ekonomika* 45, 8(1), 1–10
- Iwa Soemantri, Asep et al. 2020. Entrepreneurship Orientation Strategy, Market Orientation And Its Effect On Business Performance In MSMEs. *Jurnal EKSPEKTRA Unitomo* Vol. IV No. 1, Hal. 1-10.
- Kumala Dewi, Indri et al, 2022 Peningkatan Kinerja UMKM Melalui pengelolaan Keuangan, *Jurnal Ekonomi Akuntansi* , UNTAG Surabaya, Hal ; 23- 36
- Prihantoro, Kasih, Pramono, Budi et all. 2021. *Tourism Village Government Program, Caractized By State Defence As The Economic Foundation Of National Defence*, *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, Vol. V, Issue V, Page 197-2001.
- Rina Dewi, et al. 2020. Internal Factor Effects In Forming The Success Of Small Businesses. *Jurnal SINERGI UNITOMO*, Vol. 10 No. 1, Hal. 13-21
- Kartasmita, 2000. *Pemasaran Produk dan Jasa*. Penerbit Pustakajaya, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1 dan 2. Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Priyatno, Duwi, 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Penerbit Gava Media, Yogyakarta

- Rangkuti, Freddy, 2001. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Penerbit Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Reni, Damayanti, 2008. *Strategi Peningkatan Omzet penjualan*. Penerbit Gunung Agung, Jakarta.
- Rudiyanto, 2002. *Strategi Perluasan Produk dan Jasa dalam Strategi Pengembangan Merek*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Saladin, 2000. *Peningkatan Pemasaran Jasa Produk dan Perilaku KONsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Salam, As., 2004. *Pemasaran dan Strategi Perilaku Konsumen dalam Pembelian*. Penerbit Rajawali Press, Jakarta.
- Sasono, Darusman, 1999. *Strategi Pemasaran Efektif bagi Manajer Pemasaran*. Penerbit Harvarindo, Jakarta.
- Simamora, Bilson, 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Penerbit Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Sugena, Ali, 2002. *Trik–Trik Pemasaran Modern: Meraih Pangsa Pasar yang Beruntung*. Penerbit Tarsito, Bandung.
- Sumantri, 2003. *Ekstensifikasi Merek untuk Perluasan Pemasaran Produk dan Jasa Perusahaan*. Penerbit Rajawali Press, Jakarta.
- Susanto, A.B., & Wijanarko, H., 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Penerbit Quantum Bisnis dan Manajemen, Jakarta.
- Swastha, Basu., 2004. *Manajemen Pemasaran*. Remaja Karya, Bandung.
- Triyadi, DT., 2002. *Aspek–Aspek Pengaruh Omzet Penjualan Produk*. Penerbit Eka Persada, Jakarta.
- Tunggal Amin Praja, 2007. *Sistem Penilaian dalam Peningkatan Pemasaran Produk dan Jasa*. Penerbit Harvarindo, Jakarta.