

**PENGARUH PELAYANAN BERBASIS SISTEM KOMPUTERISASI
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA DDMART
MARISA KABUPATEN POHUWATO**

Oleh :

SRI SOFYANTI HASAN

NIM : E2119263

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
GORONTALO
2021**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN BERBASIS SISTEM KOMPUTERISASI
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA DD MART
MARISA KABUPATEN POHUWATO**

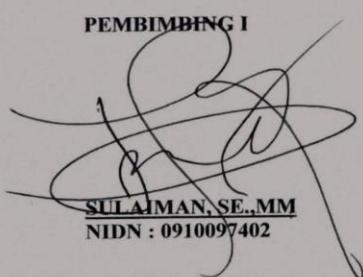
Oleh

**SRI SOFYANTI HASAN
E21.19.263**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Dan Telah Disetujui Oleh Tim Pembimbing Pada Tanggal
Gorontalo, 06 November 2021

PEMBIMBING I



SULAIMAN, SE., MM
NIDN : 0910097402

PEMBIMBING II



MUHAMMAD ANAS, SE., MM
NIDN : 0920057402

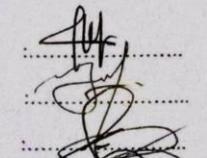
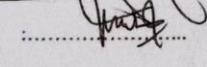
HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PELAYANAN BERBASIS SISTEM KOMPUTERISASI
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA DD MART
MARISA KABUPATEN POHUWATO**

Oleh

**SRI SOFYANTI HASAN
E21.19.263**

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)
Universitas Ichsan Gorontalo

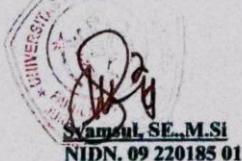
1. Ng Syamsiah, B, SE., MM : 
2. Tamsir, SE., MM : 
3. Haris Hasan, SE., MM : 
4. Sulaiman, SE., MM : 
5. Muhammad Anas, SE., MM : 

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Ketua Program Studi Manajemen



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Gorontalo, 06 November 2021

Saya, Sri Sotyanti Hasan menyataan



Sri Sotyanti Hasan
E21.19.263

**MOTO DAN PERSEMBAHAN
MOTTO**

**"JANGAN BIARKAN RASA TAKUT MENENTUKAN
MASA DEPANMU"**

**"BELAJARLLAH DEWASA SEBELUM KEADAAN
MEMAKSAMU UNTUK DEWASA"**

PERSEMBAHAN

Allhamdulillah, atas rahmat dan hidaya-nya, Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Skripsi saya ini untuk :

Orang-orang yang hebat dalam hidup saya terutama kepada kedua orang tua saya. Keduanyalah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap ini dimana skripsi ini akhirnya selesai, terimakasi atas segala pengorbanan , nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti yang kalian berikan kepadaku,ucapan terima kasih juga kepada saudar2ku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doanya, tak lupa juga saya ucapkan banyak terimakasih kepada p1 dan p2 saya yang sudah memberikan waktu,motivasi dan berperan penting dalam rampungnya skripsi ini...

**Semoga limpahan rahmat dan cinta kasih Allah SWT
selalu disertakan Aaminn yaa Robbal Alaamiin**

**ALMAMATERKU TERCINTA
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
TEMPATKU MENIMBA ILMU**

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT. karena hanya, Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat merampungkan tugas akhir atau penelitian ilmiah yang berjudul: **Pengaruh Pelayanan berbasis Sistem Komputerisasi terhadap Peningkatan Penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato.**

Meskipun penelitian ilmiah telah rampung, namun peneliti menyadari, bahwa masih banyak kekeliruan dan kesalahan di dalamnya.Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan atau saran dari para pembaca yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi.

Melalui kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada :
Bapak Muhammad Ichsan Gaffar, SE, M.Ak, CSRS, selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YIPT) Ichsan Gorontalo.
Bapak DR. Abdul Gaffar La. Tjokke, M. Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak DR. H. Musafir, SE, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak Syamsul, SE, M. Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak Sulaiman, SE, MM, selaku Pembimbing I dan Bapak Muhammad Anas, SE, MM, selaku Pembimbing II. Pimpinan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato yang telah memberikan kesempatan melakukan penelitian di Toko DD Mart Marisa. Teristimewa Kedua orang tua dan saudara-saudaraku tersayang yang telah memberikan Motivasi,

inspirasi dan doa yang tiada henti dengan tulus demi kesuksesan kuliah peneliti. Segenap dosen dan staf administrasi di Lingkungan Universitas Ichsan Gorontalo yang baik secara langsung maupun tidak langsung membantu kelancaran proses perkuliahan peneliti. Teman-teman mahasiswa baik jurusan manajemen maupun akuntansi di Lingkungan Universitas Ichsan Gorontalo dan semua pihak yang turut berpatisipasi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam perampungan penelitian ilmiah peneliti.

Atas segala bentuk dukungan dan partisipasinya diucapkan terima kasih dan semoga mendapat pahal di sisi Allah SWT.Amin.

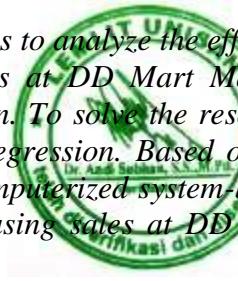
Marisa, 03 November 2021

Penulis

ABSTRACT

SRI SOFYANTI HASAN. E2119263. THE EFFECT OF COMPUTERIZED SYSTEM-BASED SERVICES ON INCREASING SALES AT DD MART MARISA IN POHuwato DISTRICT

The purpose of the research conducted by the researcher is to analyze the effect of computerized system-based services on increasing sales at DD Mart Marisa, District. The research uses a quantitative research design. To solve the research problems, the analytical method used is simple linear regression. Based on the results of the research conducted, it explains that the computerized system-based services have a positive and significant effect on increasing sales at DD Mart Marisa in Pohuwato District by 0.369.

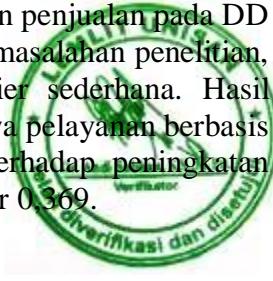


Keywords: service, sales

ABSTRAK

Sri Sofyanti Hasan, E2119263. Pengaruh Pelayanan berbasis Sistem Komputerisasi terhadap Peningkatan Penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato.

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah Untuk menganalisis pengaruh pelayanan berbasis sistem komputerisasi terhadap peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato. Untuk memecahkan permasalahan penelitian, maka metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat jelaskan, bahwa pelayanan berbasis sistem komputerisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sebesar 0.369.



Kata Kunci : Pelayanan dan penjualan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan penelitian	4
1.3.1. Maksud Penelitian.....	4
1.3.2. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Manajemen Pemasaran	6
2.2. Kualitas Pelayanan.....	8
2.3. Sistem.....	11
2.4. Penjualan	18
2.5. Kerangka Pikir.....	23
2.6. Hipotesis.....	24

BAB III OBYEK METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1. Obyek Penelitian	25
3.2. Desain Penelitian	25
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4. Sumber Data.....	26
3.5. Populasi dan Sampel.....	26
3.5.1. Populasi	26
3.5.2. Sampel.....	27
3.6. Operasionalisasi Variabel Penelitian	27
3.2.7. Metode Analisis	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Sejarah Singkat DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato	31
4.2. Analisis Deskripsi Variabel Hasil Penelitian	31
4.2.1. Deskriptif Variabel Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi	32
4.2.2. Analisis Variabel Peningkatan Penjualan	38
4.3. Pengujian Hipotesis	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1. Kesimpulan	45
5.2. Saran-Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	56
JADWAL PENELITIAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi	28
Tabel 3.2. Operasionalisasi Peningkatan Penjualan	29
Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi	30
Tabel 4.4. Rentang Skala Pengukuran Terhadap Skor Item Pertanyaan ...	32
Tabel 4.5. Tanggapan Ressponden Item 1 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi.....	32
Tabel 4.6. Tanggapan Ressponden Item 2 Pelayanan Berbasis Sistem komputerisasi	33
Tabel 4.7. Tanggapan Ressponden Item 3 Pelayanan Berbasi Sistem Komputerisasi.....	34
Tabel 4.8. Tanggapan Ressponden Item 4 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi.....	35
Tabel 4.9. Tanggapan Ressponden Item 5 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi.....	35
Tabel 4.10. Tanggapan Ressponden Item 6 Pelayanan Berbasi Sistem Komputerisasi.....	36
Tabel 4.11. Tanggapan Ressponden Item 7 Pelayanan Berbasis Sistem komputerisasi.....	37
Tabel 4.12. Tanggapan Ressponden Item 1 Variabel Peningkatan Penjualan	38
Tabel 4.13. Tanggapan Ressponden Item 2 Variabel Peningkatan Penjualan	39
Tabel 4.14. Tanggapan Ressponden Item 3 Variabel Peningkatan Penjualan	39
Tabel 4.15. Tanggapan Ressponden Item 4 Variabel Peningkatan Penjualan	40
Tabel 4.16. Tanggapan Ressponden Item 5 Variabel Peningkatan Penjualan	41
Tabel 4.17. <i>Coeficients</i>	42
Tabel 4.18. <i>Model Summary</i>	43
Tabel 4.19. <i>Correlation</i>	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar Bagan Kerangka Pikir.....	24
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian	48
Lampiran 2. Daftar Kuisioner Penelitian	49
Lampiran 3. Tabulasi Hasil Penelitian Variabel Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi (X)	52
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Penelitian Variabel Peningkatan Penjualan (Y)	54
Lampiran 5. Hasil Olahan Data Program SPSS 16.....	56
Lampiran 9. Surat Rekomendasi Penelitian	57
Lampiran 6. Surat Balasan Penelitian	58
Lampiran 7. Surat Bebas Plagiasi	59
Lampiran 8. Hasil Test Tuernitin.....	60
Lampiran 10. <i>Curriculum Vitae</i>	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era yang modern seperti sekarang ini, *Electronic Commerce* atau *E-Commerce* memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat. Adanya *E- Commerce* ini maka, biaya operasional dapat ditekan dan dapat meningkatkan omset penjualan.

Pada saat ini perkembangan teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat. Secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk di dalamnya dunia bisnis. Hal ini dapat dilihat terutama teknologi berbasis komputer dan internet. Hampir semua aspek telah menggunakan komputer sebagai alat bantu untuk memberikan kemudahan bagi perusahaan. Seperti halnya dalam perdagangan di dunia bisnis yang memerlukan data yang akurat untuk mendapatkan informasi dalam setiap kegiatannya. Kegiatan perdagangan yang sering dilakukan salah satunya adalah penjualan barang. Media promosi yang digunakan masih terbatas sehingga dibutuhkan sebuah sistem informasi penjualan yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.

Melalui sistem penjualan *online* para pelaku bisnis atau usaha baik itu perusahaan menengah ke bawah atau perusahaan menengah ke atas dapat memanfaatkannya sebagai suatu media untuk mempromosikan perusahaannya serta produk-produk yang dimilikinya agar dapat dikenal lebih luas. Konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan,

tetapi hanya dengan memesan barang dari internet kemudian barang tersebut bisa diperoleh. "Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer yang luas dan besar yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai komputer dari negara ke negara di seluruh dunia.

DD Mart Marisa merupakan salah satu toko yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti sabun, sampo, berbagai jenis indo mie, buskuit dan lain-lain. Sistem penjualan yang berjalan pada DD Mart tersebut tersebut masih bersifat konvensional dan pengolahan data secara internal dengan sistem komputerisasi, seperti pencatatan transaksi pembayaran dan pembuatan laporan penjualan dan keuangan. Hal ini disebabkan karena data dalam buku dinilai kurang efektif karena proses pencarian data yang membutuhkan waktu yang lama dan sering terjadi kesalahan pencatatan akibat *human error*. Serta Pemasaran barang yang dilakukan DD Mart Marisa dan sekitarnya. Sehingga membutuhkan sebuah sistem yang mampu meningkatkan pelayanan penjualan, terutama pada penawaran produk dan memudahkan dalam pengolahan data penjualan yang ada di DD Mart Marisa tersebut.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan di samping harus didukung oleh unsur strategi pemasaran yang jitu juga harus didukung oleh kegiatan penjualan produk baik barang maupun jasa itu sendiri. Faktor-faktor yang harus diperhatikan agar, baik menjual maupun negosiasi penjualan, peluang untuk memperoleh

penjualan dapat ditingkatkan, di antaranya menurut Danang Sunyoto (2013 : 15) bahwa penjual dituntut memiliki persyaratan yang diperlukan itu antara lain : pengetahuan tentang kebutuhan konsumen, karakteristik produk, kegiatan-kegiatan pesaing, kebijakan perusahaan, kemampuan menjual, banyak praktik untuk meningkatkan keterampilan menjual, mempunyai antusias, memiliki ketekunan dalam usaha, dapat bertindak bijaksana dan mempunyai stamina yang kuat.

Sedangkan menurut Kirbrandoko (2005 : 106) bahwa banyak faktor yang harus diperhatikan agar baik menjual maupun negosiasi penjualan, peluang untuk memperoleh penjualan dapat ditingkatkan, di antaranya sebagai berikut : (a) Pengetahuan produk dan manfaatnya. (b) Pengetahuan produk pesaing dan manfaatnya. (c) Perencanaan persentase penjualan. (d) Penetapan sasaran penjualan. (e) Memahami perilaku pembeli.

Pada dasarnya permasalahan terkait kegiatan pemasaran pada DD Mart Marisa di Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato tidak ada, namun peneliti tetap memilih sebagai lokasi penelitian, karena dari sekian toko yang ada di Marisa hanya beberapa di antaranya yang melakukan pelayanan terhadap pelanggan atau konsumen yang berbasis sistem komputerisasi sehingga hasil penelitian diharapkan akan menjadi acuan atau perbandingan bagi pemilik toko lainnya khususnya di Kota Marisa. Adapun judul penelitian adalah **“Pengaruh Pelayanan berbasis Sistem Komputerisasi terhadap Peningkatan Penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato”**.

1.2. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari uraian singkat latar belakang yang telah dikemukakan, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian adalah : Bagaimana pengaruh pelayanan berbasis sistem komputerisasi terhadap peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud penelitian terkait dengan Pengaruh Pelayanan berbasis Sistem Komputerisasi terhadap Peningkatan Penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato adalah untuk mendapatkan data-data yang akan dianalisis untuk penarikan kesimpulan baik dalam bentuk data primer maupun sekunder.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah : Untuk menganalisis pengaruh pelayanan berbasis sistem komputerisasi terhadap peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dipetik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk praktisi;sebagai bahan perbandingan dalam menjalankan aktivitas, terutama bagi pimpinan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato.
2. Untuk akademisi;sebagai tambahan literatur atau bahan rujukan baik dosen maupun mahasiswa.
3. Untuk peneliti;sebagai tambahan ilmu pengetahuan terutama mengenai strategi penetapan harga jual dankualitaspelayanansertakepuasan pelanggan dan menjadi rujukan bagi peneliti di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan penting perusahaan dalam mencapai tujuannya di samping produksi. Manajemen pemasaran salah satu penentu keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Peranan kegiatan pemasaran dewasa ini sangat besar, terutama dalam mendukung kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhannya di bidang ekonomi. Misalnya; kegiatan penting seorang pemasar adalah memberikan informasi kepada konsumen potensial mengenai produk perusahaan yang sering disebut promosi. Di samping itu, manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan sosial dan penerapan fungsi manajerial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

manusia. Manajemen pemasaran secara umum tidak terlepas dari pembahasan manajemen, dimana terdapat fungsi-fungsi manajemen atau proses manajemen.

Menurut Kotler dalam Kasmir (2012 : 47) mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan nama individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Kasmir (2012 : 57) mengartikan pemasaran adalah sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Kotler dalam Buchory (2010 : 5) mendefinisikan manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi.

Pengertian lain manajemen pemasaran menurut Kotler dalam terjemahan (1997 : 13) mendefinisikan manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Definisi ini mengakui bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian; yang mencakup barang, jasa, dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dan dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat.

Pengertian lain manajemen pemasaran menurut Daryanto (2011 : 6) adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk

menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk mencapai sasaran organisasi. Sofjan Assauri (1987 : 13) menyatakan bahwa, manajemen pemasaran adalah mencakup seluruh falsafat, konsep, tugas, dan proses manajemen pemasaran.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan dimulai dari perencanaan sampai pada kegiatan pengawasan untuk menciptakan pertukaran terhadap ide-ide, barang dan jasa untuk memuaskan individu-individu dan kelompok atau organisasi.

2.2. Kualitas Pelayanan

Di era persaingan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) belum cukup untuk dapat memenangkan persaingan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu nilai tambah atau nilai lebih untuk memenangkan persaingan salah satu di antaranya adalah memberikan pelayanan secara maksimal.

Kualitas pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan pelanggan perusahaan. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, sehingga para pemasar saat ini memandang tugas peningkatan kualitas terhadap produk dan jasa sebagai prioritas utama dalam memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Munculnya perusahaan yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, sehingga kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar, hal ini dikarenakan adanya alternatif atau pilihan lain yang ditawarkan pesaing. Terkait

dengan kualitas, Fandy Tjiptono dan Anastasia (2001 : 27 memberikan penjelasan, bahwa untuk perusahaan manufaktur terdapat beberapa dimensi kualitas, yaitu ;

1. Kinerja (*performance*) operasi pokok dari produk inti, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*),
2. Kehandalan (*releability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai,
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*),
4. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan,
5. *Serviceability*, meliputi; kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan, estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera dan
6. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Pelayanan berhubungan erat dengan Kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Oleh sebab itu para pemasar saat ini memandang tugas peningkatan kualitas produk dan jasa sebagai prioritas utama dalam memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Munculnya perusahaan sebagai pesaing yang menawarkan produk dan jasa yang sama, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, sehingga kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar.

Menurut *American Society For Quality Control* dalam Lupiyodi (2006 : 144), kualitas adalah Keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Dalam meningkatkan pemasaran sangat diperlukan suatu kualitas yang mendukung, dimana definisi dari kualitas itu menurut Goets dalam Fandy Tjiptono (2007 : 51) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Menurut Fandy Tjiptono (2007:59) yang dimaksud dengan pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Menurut Zeithaml dalam Fandy Tjiptono (2007:28) Harapan pelanggan diyakini memiliki peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk/jasa dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada korelasi yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian, harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks pelanggan,

umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya. Pengertian ini di dasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi. Selain standar prediksi, ada pula yang menggunakan harapan sebagai standar ideal.

Jika kualitas jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya apabila jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kepuasan pelanggan pada hakikatnya adalah merupakan penilaian terakhir dari kualitas suatu produk atau jasa. Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pengguna serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dimana perusahaan memaksimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

2.3. Sistem

Sistem merupakan satu rangkaian yang terdiri dari beberapa elemen-elemen atau bagian-bagian yang membentuk satu kesatuan atau saling berinteraksi untuk mewujudkan seperti apa yang menjadi tujuan atau target individu ataupun organisasi.

Sistem adalah kumpulan dari beberapa elemen atau komponen yang saling berkaitan dan mempunyai suatu tujuan dalam suatu lingkungan yang kompleks atau sistem bisa diartikan kumpulan dari beberapa elemen yang saling berintegrasi untuk mencapai tujuan tertentu

Informasi adalah satu jenis utama sumber daya yang tersedia bagi manajer. Informasi dapat dikelola seperti halnya sumber daya lain dan perhatian sistem informasi bersumber dari dua pengaruh :

- a. Bisnis telah menjadi semakin rumit
- b. Komputer telah mencapai kemampuan yang semakin membaik.

Jadi dari pengertian diatas sistem Informasi Berbasis Komputer atau *Computer Based Information System (CBIS)* merupakan suatu integrasi yang terorganisir antara teknologi perangkat keras dan perangkat lunak dengan manusia yang dirancang untuk menghasilkan suatu informasi yang akurat, berkualitas dan dapat dipergunakan sebagai alat bantu dalam mengambil suatu keputusan.
(<https://www.kompasiana.com/oiem/57166e33f19273cb0cce37fb/sistem-informasi-berbasis-komputer>).

Menurut Azhari (2000 : 1), bahwa sistem adalah sebagai kumpulan/group dari bagian/komponen apapun baik fisik ataupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan tertentu. Menurut R.A. Supriyono (1999 : 16) kata “Sistem” mempunyai banyak arti. Salah

satu definisi sistem berhubungan dengan sistem kehidupan. Sistem kehidupan disusun dalam suatu hirarki; sel-sel, organ-organ, orang-orang individual, keluarga-keluarga, organisasi-organisasi, bangsa-bangsa dan organisasi-organisasi supranasional. Dengan demikian sistem pengendalian manajemen merupakan bagian dari sistem kehidupan. Suatu sistem mempunyai dua aspek yaitu : 1) lingkungan sistem, 2) aliran sistem.

Lingkungan sistem adalah sifat elemen-elemennya dan kekuatan-kekuatan yang mempengaruhinya pada satu momen waktu tertentu. Lingkungan sistem meliputi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal sistem meliputi elemen-elemen beroperasinya sistem. Dalam suatu organisasi, lingkungan internal meliputi misalnya: manusia dalam organisasi, aturan-aturan dan kebiasaan-kebiasaan yang mempengaruhi perilaku manusia dan fasilitas-fasilitas fisik. Lingkungan eksternal sistem meliputi kekuatan-kekuatan luar yang mempengaruhi organisasi.

Aliran sistem adalah interaksi-interaksi sepanjang waktu diantara elemen-elemen dan diantara sistem dan lingkungannya. Perilaku sistem ditentukan oleh dua aspek tersebut secara bersama-sama. Aliran sistem dapat digolongkan menjadi dua tipe yaitu : 1) aliran-aliran fisik, 2) aliran informasi. Aliran fisik pada dasarnya meliputi aliran barang-barang dan energi melalui sistem tersebut. Sebagai contoh ; suatu perusahaan menerima masukan berupa bahan, jasa tenaga kerja, dan sumber-sumber lainnya dari lingkungan eksternalnya, mengolahnya dan menyediakan barang-barang dan jasa-jasa untuk sistem merupakan aliran energi. Aliran informasi

menjelaskan apa yang terjadi di masa lalu atau apa yang mungkin terjadi di masa depan.

Atas dasar pandangan sempit, Sistem adalah penentuan cara melaksanakan aktivitas atau seperangkat aktivitas yang biasanya dilakukan secara berulang-ulang. Sebagai contoh ; sistem pengatur suhu (AC), temperatur tubuh, dan program perangkat lunak komputer. Sebagian besar sistem, kecuali program komputer, biasanya kurang presisi dan instruksi-instruksi yang ada di dalamnya biasanya tidak tidak mencakup semua kejadian tersebut timbul. Namun, biasanya sistem disifati oleh; a) ritmik, b) berulang-ulang, c) koordinasi serangkaian langkah-langkah yang dimaksudkan untuk menapai tujuan tertentu.

Sistem informasi berbasis komputer adalah system pengolahan suatu data menjadi sebuah informasi yang berkualitas dan dapat dipergunakan sebagai alat bantu yang mendukung pengambilan keputusan, koordinasi dan kendali serta visualisasi dan analisis. Sistem informasi berbasis komputer juga dapat diartikan sebagai system pembangkit informasi. Dengan integrasi yang dimiliki antar subsistemnya, sistem informasi akan mampu menyediakan informasi yang berkualitas, tepat, cepat dan akurat sesuai dengan manajemen yang membutuhkannya. “berbasis komputer” dalam penjelasan system informasi mengandung arti bahwa komputer memainkan peranan penting dalam sebuah sistem informasi. Secara teori, penerapan sebuah sistem informasi memang tidak harus menggunakan komputer dalam kegiatannya. Tetapi pada prakteknya tidak mungkin sistem informasi yang sangat kompleks itu

dapat berjalan dengan baik jika tanpa adanya komputer. Sistem informasi yang akurat dan efektif, dalam kenyataannya selalu berhubungan dengan istilah “*computer-based*” atau pengolahan informasi yang berbasis pada computer.

Sistem informasi adalah system pembangkit informasi. Dengan integrasi yang dimiliki antar subsistemnya, system informasi akan mampu menyediakan informasi yang berkualitas, tepat, cepat dan akurat sesuai dengan manajemen yang membutuhkannya. “berbasis komputer” dalam penjelasan system informasi mengandung arti bahwa komputer memainkan peranan penting dalam sebuah sistem informasi. Secara teori, penerapan sebuah sistem informasi memang tidak harus menggunakan komputer dalam kegiatannya. Tetapi pada prakteknya tidak mungkin sistem informasi yang sangat kompleks itu dapat berjalan dengan baik jika tanpa adanya komputer. Sistem informasi yang akurat dan efektif, dalam kenyataannya selalu berhubungan dengan istilah “*computer-based*” atau pengolahan informasi yang berbasis pada computer (<https://arnylathifah.blogspot.com/2013/10/sistem-informasi-berbasis-komputer.html>).

Sistem Informasi Manajemen merupakan sistem informasi yang menghasilkan hasil keluaran (*output*) dengan menggunakan masukan (*input*) dan berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tertentu dalam suatu kegiatan manajemen.

Tujuan umum Sistem Informasi Manajemen :

1. Menyediakan informasi yang dipergunakan di dalam perhitungan harga pokok jasa, produk, dan tujuan lain yang diinginkan manajemen.

2. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan.
3. Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan.
4. Perencanaan, formulasi terinci untuk mencapai suatu tujuan akhir tertentu adalah aktivitas manajemen yang disebut perencanaan. Oleh karenanya, perencanaan mensyaratkan penetapan tujuan dan identifikasi metode untuk mencapai tujuan tersebut
5. Pengendalian, perencanaan hanyalah setengah dari peretempuran. Setelah suatu rencana dibuat, rencana tersebut harus diimplementasikan, dan manajer serta pekerja harus memonitor pelaksanaannya untuk memastikan rencana tersebut berjalan sebagaimana mestinya. Aktivitas manajerial untuk memonitor pelaksanaan rencana dan melakukan tindakan korektif sesuai kebutuhan, disebut kebutuhan.
6. Pengambilan Keputusan, proses pemilihan diantara berbagai alternatif disebut dengan proses pengambilan keputusan. Fungsi manajerial ini merupakan jalinan antara perencanaan dan pengendalian. Manajer harus memilih diantara beberapa tujuan dan metode untuk melaksanakan tujuan yang dipilih. Hanya satu dari beberapa rencana yang dapat dipilih. Komentar serupa dapat dibuat berkenaan dengan fungsi pengendalian

(<https://arnylathifah.blogspot.com/2013/10/sistem-informasi-berbasis-komputer.html>).

Menurut Raymond Mcleod, Jr (1995 : 13), Sistem adalah sekelompok elemen-elemen yang terintegritas dengan maksud yang sama untuk mencapai suatu tujuan. Suatu organisasi seperti perusahaan atau suatu area fungsional cocok dengan definisi ini. Organisasi terdiri dari sejumlah sumber daya, dan sumber daya tersebut bekerja menuju tercapainya suatu tujuan tertentu yang ditentukan oleh pemilik atau manajemen.

Sumber daya *input* diubah menjadi sumber daya output. Sumber daya mengalir dari elemen input, melalui elemen transformasi, kepada elemen output. Suatu mekanisme kontrol memantau proses transformasi untuk menyakinkan bahwa sistem tersebut memenuhi tujuannya. Mekanisme kontrol ini dihubungkan pada arus sumber daya dengan memakai suatu lingkaran umpan balik (*feedback loop*) yang mendapatkan informasi dari *output* sistem dan menyediakan informasi bagi mekanisme kontrol. Mekanisme kontrol membandingkan sinyal-sinyal umpan balik dengan tujuan, dan mengarahkan sinyal pada elemen *input* jika sistem operasi memang perlu diubah.

Menurut Raymond Mc. Leod Jr. Dkk (2007 : 12), mendefinisikan sistem informasi manajemen sebagai suatu sistem berbasis komputer yang membuat informasi tersedia bagi para pengguna yang memiliki kebutuhan serupa. Lebih Raymond Mc. Leod Jr. Dkk (2007 : 43), menjelaskan bahwa ada empat dimensi yang diinginkan akan menambah nilai dari sistem informasi, yakni :

1. Relevansi. Informasi memiliki relevansi jika informasi tersebut berhubungan dengan masalah yang sedang dihadapi. Pengguna dapat memilih data yang diperlukan tanpa harus melewati terlebih dahulu sejumlah fakta-fakta yang tidak berhubungan.
2. Akurasi. Idealnya seluruh informasi seharusnya akurat. Akan tetapi fitur-fitur yang memberikan kontribusi kepada tingkat akurasi sistem akan menambah biaya dari sistem informasi tersebut.
3. Ketepatan waktu. Informasi hendaknya tersedia untuk pengambilan keputusan sebelum situasi yang penting berkembang atau hilangnya peluang yang ada.
4. Kelengkapan. Para pengguna hendaknya dapat memperoleh informasi yang menyajikan suatu gambaran lengkap atas suatu masalah tertentu atau solusinya.

Sistem informasi berbasis komputer merupakan suatu sistem pengolahan data menjadi informasi yang berkualitas dan digunakan sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan, koordinasi dan kendali serta visualisasi dan analisis. Dengan kata lain, sistem informasi berbasis komputer mengandung arti bahwa komputer memiliki peran yang sangat penting dalam sistem pembangkit informasi. Melalui integrasi yang dimiliki antar subsistem, sistem informasi akan mampu menyediakan informasi yang cepat, tepat, akurat, dan berkualitas sesuai dengan manajemen yang dibutuhkan. Secara teori, penerapan sistem informasi memang tidak harus menggunakan komputer. Tetapi pada prakteknya sistem informasi tersebut tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya komputer.

(<https://www.kompasiana.com/ervanhasby/5718ef2f61afbd10a007217/sistem-informasi-berbasis-komputer-cbis>).

2.3. Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk menciptakan terjadinya perubahan kepemilikan suatu barang atau jasa. Sebelum menguraikan beberapa definisi tentang penjualan, terdapat 2 (dua) istilah yang menjadikan pemahaman tersebut menjadi rancu, yaitu istilah pemasaran dan istilah penjualan. Willian J. Stanton dan Charles Futrell 1987 dalam Danang Sanyoto (2013 : 1) mendefinisikan pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Dari definisi tersebut di atas proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak dimulai pada saat produksi selesai, dan juga tidak berakhir dengan penjualan.

Dauglas J, dkk di Kutip Basu Swasta (1993), manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program kontak tatap muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan. Sedangkan Danang Sunyoto (2013 : 15) bahwa penjual dituntut memiliki persyaratan yang diperlukan itu antara lain :

1. Pengetahuan tentang kebutuhan konsumen,
2. Karakteristik produk,
3. Kegiatan-kegiatan pesaing,
4. Kebijakan perusahaan,
5. Kemampuan menjual,
6. Banyak praktik untuk meningkatkan keterampilan menjual,

7. Mempunyai antusias,
8. Memiliki ketekunan dalam usaha,
9. Dapat bertindak bijaksana dan
10. Mempunyai stamina yang kuat.

Penjualan merupakan sebuah proses di mana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan di penuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan. Kepemimpinan kerja menjual merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan penjual dalam menjual produk. Kepemimpinan kerja penjual dapat diartiksn sebagai kemampuan dalam mempengaruhi persepsi konsumen dan motivasinya untuk membeli produk yang memberikan kepada dua belah pihak.

Pokok-pokok kepemimpinan penjual menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2002 : 81) adalah :

1. Mewujudkan iklim hubungan yang harmonis antara penjual dengan pembeli.
2. Mempengaruhi persepsi pembeli untuk memaknakan secara benar fungsi dan manfaat produk-produk yang ditawarkan.
3. Memotivasi pembeli untuk menjadi langganan dan sekaligus mempromosikan produk-produk kepada keluarganya, tetangga dan kerabatnya.
4. Menentukan pencapaian target yang menantang atau yang lebih besar dari sebelumnya.
5. Manajemen waktu kerja secara efektif dan harmonis untuk kepentingan bisnis maupun perhatian kepada keluarganya.

6. Mengolah masukan (*feedback*) dari semua pihak untuk perbaikan bisnis lebih lanjut.

Untuk mencapai kesuksesan dalam menjual maka yang perlu menjadi perhatian utama adalah komunikasi. Menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2002 : 83) bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi penjual dan pembeli adalah :

1. Keterampilan penjual

Penjual sebagai penyampai atau pengirim pesan perlu menguasai informasi, baik secara tertulis maupun lisan. Keterampilan yang dimiliki penjual dalam menyampaikan informasi tentang produk kepada pembeli dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelinya.

2. Sikap penjual

Sikap penjual dapat berpengaruh kepada pembeli. Penjual yang bersikap angkuh terhadap pembeli dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan ditolak oleh pembeli. Begitu pula, sikap penjual ragu-agu dapat mengakibatkan pembeli tidak percaya terhadap pesan yang disampaikannya. Oleh karena itu penjual harus mampu meyakinkan pembeli terhadap informasi produk yang disampaikannya.

3. Pengetahuan penjual

Penjual yang memiliki pengetahuan umum yang luas serta pemahaman tentang produk yang mendalam dapat berkomunikasi dengan baik terhadap pembeli. Demikian, pembeli akan lebih mudah mengenal produk yang ditawarkan kepadanya.

4. Media komunikasi

Media komunikasi dapat membantu keberhasilan penyampaian pesan kepada pembeli.

Oleh karena itu, pilihan media komunikasi yang akan digunakan harus sesuai dan efektif bagi calon pembeli.

Philip Kotler (1997 : 16) bahwa konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen, jika diabaikan, biasanya tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah yang cukup. Karena itu, organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif.

Menurut Buchory (2010 :228), bahwa *sales force* dapat diterjemahkan dalam beberapa istilah, seperti tenaga penjualan, karyawan penjualan, konsultan penjualan, teknisi penjualan, atau tenaga lapangan. Akan tetapi lebih cenderung menerjemahkan dengan istilah tenaga penjualan/wiraniaga. Lebih lanjut Buchory mendefinisikan bahwa tenaga penjualan atau wiraniaga adalah petugas yang ditunjuk perusahaan sebagai penghubung kepada konsumen, yang bertugas mencari dan memberikan informasi-informasi penting yang dibutuhkan mengenai konsumen.

Kirbrandoko (2005 : 106) bahwa banyak faktor yang harus diperhatikan agar, baik menjual maupun negosiasi penjualan, peluang untuk memperoleh penjualan dapat ditingkatkan, di antaranya sebagai berikut :

1. Pengetahuan produk dan manfaatnya.
2. Pengetahuan produk pesaing dan manfaatnya.
3. Perencanaan persentase penjualan.
4. Penetapan sasaran penjualan.
5. Memahami perilaku pembeli.

Sifat dasar dan peran kegiatan menjual adalah merupakan perumusan jelas untuk memperoleh penjualan. Ini merupakan perumusan jelas yang menyembunyikan apa yang sering kali merupakan proses yang kompleks, menyangkut penggunaan serangkaian prinsip-prinsip, teknik-teknik dan keterampilan seseorang yang mendasar secara menyeluruh dan mencakup berbagai jenis tugas menjual yang luas.

Michael Porter dari Harvard dalam terjemahan Philip Kotler (1997 : 39) mengusulkan rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara-cara menciptakan lebih banyak nilai bagi pelanggan. Karena setiap perusahaan merupakan kumpulan dari kegiatan yang dilakukan untuk merancang, menghasilkan, memasarkan, memberikan dan mendukung produknya. Rantai nilai yang dimaksud mengidentifikasi sembilan kegiatan strategis dan relevan yang menciptakan nilai dan biaya dalam bisnis tertentu. Kesembilan kegiatan yang menciptakan nilai ini terdiri dari lima kegiatan utama dan empat kegiatan pendukung.

Kegiatan-kegiatan utama mencerminkan urutan dari membawa bahan mentah keperusahaan (*inbound logistics*), menkonversikan menjadi produk jadi (*operations*), mengirim produk jadi (*outbound logistics*), memasarkan (*marketing and sales*), dan melayaninya (*iservice*)

2.5. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan gambaran secara menyeluruh unsur-unsur atau variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini akan dibahas tentang pelayanan berbasis sistem komputerisasi dan peningkatan penjualan.

Raymond Mc. Leod Jr. Dkk (2007 : 43), menjelaskan bahwa ada empat dimensi yang diinginkan akan menambah nilai dari sistem informasi, yakni :

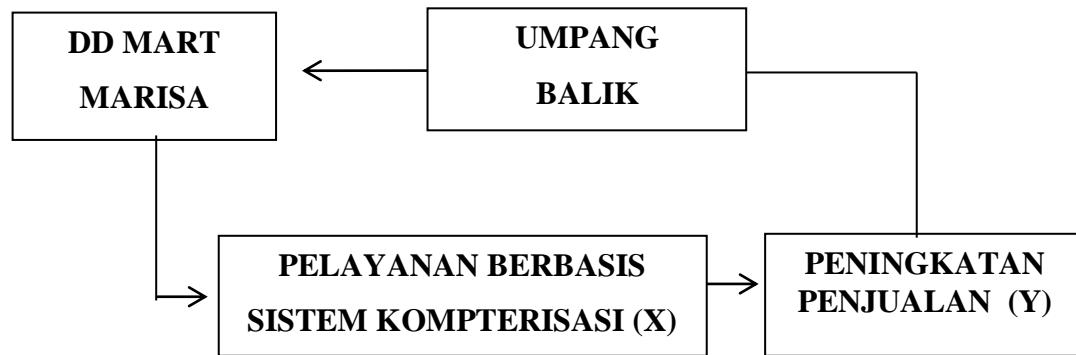
1. Relevansi. Informasi memiliki relevansi jika informasi tersebut berhubungan dengan masalah yang sedang dihadapi. Pengguna dapat memilih data yang diperlukan tanpa harus melewati terlebih dahulu sejumlah fakta-fakta yang tidak berhubungan.
2. Akurasi. Idealnya seluruh informasi seharusnya akurat. Akan tetapi fitur-fitur yang memberikan kontribusi kepada tingkat akurasi sistem akan menambah biaya dari sistem informasi tersebut.
3. Ketepatan waktu. Informasi hendaknya tersedia untuk pengambilan keputusan sebelum situasi yang penting berkembang atau hilangnya peluang yang ada.
4. Kelengkapan. Para pengguna hendaknya dapat memperoleh informasi yang menyajikan suatu gambaran lengkap atas suatu masalah tertentu atau solusinya.

Terkait peningkatan penjualan sebagaimana pendapat Kirbrandoko (2005 : 106) bahwa banyak faktor yang harus diperhatikan agar, baik menjual maupun negosiasi penjualan, peluang untuk memperoleh penjualan dapat ditingkatkan, di antaranya sebagai berikut :

1. Pengetahuan produk dan manfaatnya.
2. Pengetahuan produk pesaing dan manfaatnya.

3. Perencanaan persentase penjualan.
4. Penetapan sasaran penjualan.
5. Memahami perilaku pembeli.

Gambar Bagan Kerangka Pikir



2.6. Hipotesis

Melihat kajian teori yang telah dikemukakan dan rumusan masalah, maka hipotesis penelitian adalah : Pelayanan berbasis sistem komputerisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato.

BAB III

OBYEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian yang dilakukan pada adalah; pelayanan berbasis sistem komputerisasi dan penjualan dengan lokasi penelitian pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato. Sedangkan waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan data-data penelitian diperkirakan ± tiga bulan yaitu mulai Oktober s/d Desember 2021.

3.2. Desain penelitian

Pada penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuisioner dalam bentuk data kuantitatif serta dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Deskriptif kuantitatif itu sendiri merupakan gambaran dalam bentuk bentuk angka-angka, tabel-tabel, dan grafik-grafik.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara :

1. Penelitian kepustakaan

Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mencari literatur-literatur yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, misalnya ; mengenai pelayanan berbasis sistem komputerisasi dan pengjualan.

2. Penelitian lapangan

Penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data primer dengan cara :

- a. *Observasi*, merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara pengamatan survei langsung terhadap obyek penelitian.
- b. *Interview*, adalah penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mengetahui terhadap permasalahan yang

diteliti dalam hal ini karyawan dan pelanggan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato.

- c. *Kuisisioner*, yaitu menyebarluaskan angket kepada responden para pelanggan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato yang berisi pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan untuk di tanggapi oleh responden.

3.4. Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian dengan cara membagikan daftar kuisioner kepada para responden.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari luar lokasi penelitian termasuk buku-buku yang dijadikan literatur.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi merunut Sugiyono (2007 : 61) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian yang dilakukan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato tidak dilakukan dengan sistem populasi atau sensus mengingat jumlah populasi yang

tidak terhingga, yaitu para pelanggan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato. Oleh karena itu, pengumpulan data primer dengan melakukan penarikan sampel.

3.5.2. Sampel

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian dapat dilakukan berdasarkan beberapa cara. Sugiyono (2011 : 90 - 91) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian di antaranya adalah sampel yang layak adalah antara 30 sampai 500.

Berpedoman pada pendapat Sugiyono pada bagian pertama tersebut, maka jumlah sampel penelitian yang dilakukan pada DD Mart Kabupaten Pohuwato adalah 50 orang sebagai responden. Adapun sampel yang dijadikan responden adalah para pelanggan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato dengan metode pengambilan sampel *insidental Sampling* yaitu membagikan kuisioner kepada siapa saja pelanggan yang ditemui yang memenuhi kriteria, misalnya cukup umur (17 tahun ke atas) atau memahami tentang penelitian yang dilakukan.

3.6. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini adalah: pelayanan berbasis sistem komputerisasi (X) dan peningkatan (Y). Operasionalisasi variabel penelitian ini dimaksudkan untuk memberi batasan-batasan variabel-variabel serta indicator-indikator penelitian.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

Variabel	Indikator-indikator	Sakla
----------	---------------------	-------

Pelayanan berbasis sistem komputerisasi (X)	a. Relevan b. Akurasi. c. Ketepatan waktu. d. Kelengkapan..	Ordinal
---	--	----------------

Sumber : Raymond Mc. Leod Jr. Dkk 2007

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Peningkatan Penjualan

Variabel	Indikator-indikator	Sakla
Peningkatan Penjualan (Y)	a. Pengetahuan produk dan manfaatnya. b. Pengetahuan produk pesaing dan manfaatnya. c. Perencanaan persentase penjualan. d. Penetapan sasaran penjualan. e. Memahami perilaku pembeli	Ordinal

Sumber : Kirbrandoko 2005

3.7. Metode Analisis

Dalam menganalisis data primer untuk memecahkan pokok permasalahan yang diteliti; yaitu pengaruh pelayanan berbasis system komputerisasi terhadap

peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato, maka digunakan metode analisis.

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk memecahkan permasalahan penelitian, maka metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX_i + \epsilon$$

Di mana :

Y = Kepuasan pelanggan

X = Pelayanan berbasis sistem komputerisasi

a = Konstanta atau nilai tetap

b = Koefesien variabel

ϵ = Standar error

2. Analisis Korelasi

Korelasi (r) merupakan metode analisis yang dapat digunakan untuk mengukur korelasi atau hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya, dengan rumus:

$$r_{XY} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Dimana :

r_{XY} = Besarnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

n = Banyaknya populasi yang akan dijadikan responden.

Pandangan Riduwan (2004 : 221), memberi arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r berikut.

Tabel 3.3
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interpretasi validitas (r)	Keterangan
0,80 - 1,000	Sangat Kuat/sangat puas/sangat setuju
0,60 - 0,799	Kuat/puas/setuju
0,40 - 0,599	Cukup Kuat/cukup puas/ragu-ragu
0,20 - 0,399	Rendah/kurang puas/kurang setuju
0,00 - 0,199	Sangat Rendah/tidak puas/tidak setuju

Sumber : Riduwan 2004

3. Uji signifikan

Uji signifikan digunakan untuk menguji kelayakan atau signifikan hubungan antara variabel independen (pelayanan berbasis sistem komputerisasi) dengan variabel dependen (peningkatan penjualan) penelitian. Untuk mengetahui tingkat signifikansi penelitian, maka digunakan uji uji t. dengan taraf signifikan tertentu. Pada penelitian ini memilih taraf signifikan (tingkat keselahan) sebesar 0,05 dan tingkat kebebasan (dk) $n - 2$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Singkat DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato

DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato berdiri pada tanggal 20 Juli 2016. Adapun modal awal DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato adalah sebesar Rp. 150.000.000,00 dengan pemilik Ibu Deice Nento. Jumlah karyawan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sebanyak 8 orang.

Sementara jenis barang dagangan atau jualan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato adalah :

1. Makanan : Indomie, Super Mie Sedap, Qetela, Oreo, Mie Sukses Isi 2, Sari Mie, Eko Mie, Pop Mie, Kecap Bango, Susu SGM, Lactogen, Morinaga, Hilo Intrasol dan lain-lain.
2. Minuman : Teh Pucuk, Tek Kotak, My Tea, Buavita, Ultra Milk, Bear Brand, Pocary Sweet, Larutan, Teh Botol Sosro, Iso Plus, Kiranti dan lain-lain.

4.2. Analisis Deskriptif Variabel Hasil Penelitian

Obyek penelitian adalah variabel pelayanan berbasis sistem komputerisasi (X) dan peningkatan penjualan (Y). Dalam melakukan analisis data hasil penelitian dalam hal ini bahwa pendapat untuk setiap item atau indikator variabel digunakan standar untuk dapat mengambil kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan analisis

persentasi (%). Skala penilaian untuk masing-masing item pertanyaan terlebih dahulu menghitung rentang skala yakni; bobot terendah dikalikan dengan item variabel dan dikalikan lagi dengan jumlah responden penelitian ($1 \times 1 \times 50 = 50$) dan selanjutnya bobot tertinggi dikalikan dengan item variabel dan dikalikan lagi dengan jumlah responden penelitian ($5 \times 1 \times 50 = 250$). Selanjutnya hasil perkalian tersebut diperkurangkan dan terakhir dibagi dengan jumlah alternatif pilihan ($250 - 50/5 = 40$, jadi rentang skala kelas interval hasil penelitian adalah 40 dan ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4
Rentang Skala Pengukuran Terhadap Skor Item Pertanyaan

Rentang Data	Kategori
210 - 249	Sangat setuju
170 - 209	Setuju
130 - 169	Ragu-ragu
90 - 129	kurang setuju
50 - 89	tidak setuju

Sumber : Data olahan 2021

Melihat tabel rentang skala pengukuran terhadap skor item pertanyaan dalam bentuk kuisioner dapat diuraikan berikut.

4.2.1. Deskriptif Variabel Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

Deskriptif setiap item pada variabel pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sebagaimana pada tabel setiap item sebagai berikut.

Tabel. 4.5

Tanggapan Responden Item 1 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	6	30	12
2	Setuju	34	136	68
3	Ragu-ragu	8	24	16
4	Kurang Setuju	2	4	4
5	Tidak setuju	0	0	0
Jumlah		50	194	100

Sumber : Data olahan, 2021

Pada tabel 4.5 di atas menjelaskan bahwa tanggapan responden mengenai pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato adalah 6 orang responden atau 12% menyatakan sangat setuju. 34 orang responden atau 68% menyatakan setuju. 8 orang responden atau 16% yang mengatakan ragu-ragu dan 2 orang responden atau 4% yang kurang setuju. Total skor pada item ini adalah 194 merupakan pertanda bahwa pelayanan berbasis sistem komputerisasi yang dimiliki DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sudah relevan dengan masalah atau kebutuhan yang sedang dihadapi para konsumen.

Tabel. 4.6

Tanggapan Responden Item 2 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	1	5	2
2	Setuju	29	116	58
3	Ragu-ragu	15	45	30
4	Kurang setuju	5	10	10
5	Tidak setuju	0	0	0
Jumlah		50	176	100

Sumber : Data olahan, 2021

Pada tabel 4.6 di atas, menggambarkan tanggapan responden tentang pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato yakni; 1 orang responden atau 2% yang menjawab sangat setuju. Sebanyak 29 orang responden atau 58% setuju. 15 orang responden atau 30% yang menjawab ragu-ragu dan 5 orang responden atau 10% menjawab kurang setuju. Total skor pada item kedua adalah 176 ini merupakan suatu gambaran bahwa indikator konsumen DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato dapat memilih data yang diperlukan tanpa harus melewati terlebih dahulu sejumlah proses yang dianggap tidak penting masuk kategori setuju dan sesuai dengan harapan mereka.

Tabel. 4.7

Tanggapan Responden Item 3 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	12	60	24
2	Setuju	26	104	52
3	Ragu-ragu	10	30	20
4	Kurang Setuju	1	2	2

5	Tidak setuju	1	2	2
	Jumlah	50	198	100

Sumber : Data olahan, 2021

Tabel 4.7 menjelaskan, bahwa pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato menurut pendapar para responden adalah 12 orang atau 24% yang menjawab sangat setuju. 26 orang responden atau 52% yang menjawab setuju, 10 orang responden atau 20% menjawab ragu-ragu. 1 orang responden atau 2% yang menjawab kurang setuju dan 1 orang atau 2% yang menjawab kurang setuju. Total skor pada item ketiga adalah 198 dan ini menjelaskan bahwa pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato dengan indikator informasi yang dibutuhkan konsumen sudah akurat.

Tabel. 4.8
Tanggapan Responden Item 4 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	7	35	14
2	Setuju	21	84	42
3	Ragu-ragu	11	33	22
4	Kurang setuju	8	16	16
5	Tidak setuju	3	3	6
	Jumlah	50	171	100

Sumber : Data olahan, 2021

Tanggapan resnden pada item ke empat sebagaimana tertera pada tabel 4.8 di atas adalah ; 7 orang responden atau 14% memberikan tanggapan sangat setuju. 21 orang responden atau 42% memberikan tanggapan setuju. 11 orang responden atau 22% memberikan tanggapan ragu-ragu. 8 orang responden atau 16% memberikan tanggapan kurang setuju dan 3 orang responden atau 6% yang memberikan tanggapan kurang setuju. Total skor pada item ini adalah 171 dan hal ini menunjukkan pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato dengan indikator “elemen-elemen yang dapat memberikan kontribusi kepada tingkat akurasi informasi menurut tanggapan 50 orang responden sudah memadai.

Tabel. 4.9

Tanggapan Responden Item 5 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	10	50	20
2	Setuju	15	60	30
3	Ragu-ragu	11	33	22
4	Kurang setuju	13	26	26
5	Tidak setuju	1	1	2
Jumlah		50	170	100

Sumber : Data olahan, 2021

Pada tabel 4.9 di atas, pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato adalah menurut tanggapan responden adalah; 10 orang responden atau 20% yang menanggapi sangat setuju, 15 orang responden atau 30% yang menanggapi setuju, 11 orang responden atau 22% yang menanggapi ragu-ragu,

13 orang responden atau 26% yang menanggapi kurang setuju dan 1 orang responden atau 2% yang menanggapi tidak setuju. Total skor adalah sebesar 170, artinya pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato dengan indikator pelayanan berbasis sistem komputerisasi terkait dengan ketepatan waktu pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sudah benar atau seuai dengan harapan para konsumen.

Tabel. 4.10

Tanggapan Responden Item 6 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	9	45	18
2	Setuju	16	64	32
3	Ragu-ragu	14	42	28
4	Kurang setuju	8	16	16
5	Tidak setuju	3	3	6
Jumlah		50	170	100

Sumber : Data olahan, 2021

Dari tabel 4.10 di atas, tampak tanggapan dari 50 orang responden terhadap pelayanan berbasis Sistem Komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato adalah, yaitu ; 9 orang responden atau 18% yang menanggapi sangat setuju, 16 orang responden atau 32% yang menanggapi setuju, 14 orang responden atau 28% menanggapi ragu-ragu, 8 orang responden atau 16% menanggapi kurang setuju dan 3 orang responden atau 6% responden yang menanggapi tidak setuju. Total skor pada item ke 6 sebesar 170 dan ini memberikan gambaran bahwa indikator

“ketepatan waktu pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sudah sesuai harapan konsumen.

Tabel. 4.11
Tanggapan Responden Item 7 Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	9	45	18
2	Setuju	29	116	58
3	Ragu-ragu	9	27	18
4	Kurang setuju	2	4	4
5	Tidak setuju	1	1	2
Jumlah		50	193	100

Sumber : Data olahan, 2021

Dari tabel 4.11 di atas, terlihat tanggapan 50 orang responden terkait pelayanan berbasis Sistem Komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato adalah adalah ; 9 orang responden atau 18% memberikan tanggapan sangat setuju. 29 orang responden atau 58% memberikan tanggapan setuju. 9 orang responden atau 18% memberikan tanggapan ragu-ragu. 2 orang responden atau 4% memberikan tanggapan kurang setuju dan 1 orang responden atau 2% yang menanggapi tidak setuju. Total skor pada item ke 7 sebesar 193 dan ini membuktikan bahwa penerapan indikator, “para konsumen DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato dapat memperoleh informasi yang menyajikan suatu gambaran kebutuhan konsumen sudah sesuai dengan harapan.

4.2.2. Deskriptif Variabel Peningkatan Penjualan

Deskriptif hasil penelitian dengan menggunakan persentase (%) setiap item pada variabel peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel. 4.12
Tanggapan Responden Item 1 Variabel Peningkatan Penjualan

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	19	95	38
2	Setuju	19	76	38
3	Ragu-ragu	6	18	12
4	Kurang setuju	3	6	6
5	Tidak setuju	3	3	6
Jumlah		50	198	100

Sumber : Data olahan, 2021

Tabel di atas, menggabarkan tanggapan responden terhadap peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato dari 50 orang responden adalah; 19 orang responden atau 38% memberikan tanggapan sangat setuju. 19 orang responden atau 38% yang menjawab setuju. 6 orang responden atau 12% yang memberikan tanggapan ragu-ragu. 3 orang responden atau 6% yang menjawab kurang setuju dan 3 orang responden atau 6% yang menjawab tidak setuju. Total skor pada item pertama variabel peningkatan penjualan adalah 198. Hal ini menandakan bahwa para karyawan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato mengerti atau memiliki pengetahuan tentang produk atau barang yang dijualnya.

Tabel. 4.13
Tanggapan Responden Item 2 Variabel Penjualan Penjualan

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	10	50	20
2	Setuju	24	96	48
3	Ragu-ragu	7	21	14
4	Kurang setuju	6	12	12
5	Tidak setuju	3	3	6
Jumlah		50	182	100

Sumber : Data olahan, 2021

Pada tabel 4.13 di atas, terlihat tanggapan responden terhadap peningkatan penjualan menurut tanggapan 50 orang responden adalah; 10 orang responden atau 20% menjawab sangat setuju. 24 orang responden atau 48% menjawab setuju. 7 orang responden atau 14% yang menjawab ragu-ragu. 6 orang responden atau 12 yang menjawab kurang setuju dan 3 orang responden atau 6% yang menjawab tidak setuju. Total skor pada item kedua sebesar 182 dan ini menandakan bahwa para karyawan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato memiliki pengetahuan yang memadai tentang manfaat produk atau barang yang dijualnya.

Tabel. 4.14
Tanggapan Responden Item 3 Variabel Penjualan Penjualan

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	9	45	18
2	Setuju	20	80	40

3	Ragu-ragu	17	51	34
4	Kurang setuju	2	4	4
5	Tidak setuju	2	2	4
Jumlah		50	182	100

Sumber : Data olahan, 2021

Pada tabel 4.14 di atas, terlihat tanggapan responden terhadap peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato berdasarkan tanggapan 50 orang responden adalah; 9 orang responden atau 18% yang memberikan tanggapan sangat setuju, 20 orang responden atau 40% memberikan tanggapan setuju, 17 orang responden atau 34% memberikan tanggapan ragu-ragu, 2 orang responden atau 4% memberikan tanggapan kurang setuju dan 2 orang responden atau 4% yang menanggapi tidak setuju. Total skor pada item ketiga variabel peningkatan penjualan sebesar 182 dan ini merupakan tanda bahwa melihat perkembangan yang ada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato memiliki perencanaan persentase penjualan dari waktu ke waktu.

Tabel. 4.15
Tanggapan Responden Item 4 Variabel Penjualan Penjualan

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	12	60	24
2	Setuju	27	108	54
3	Ragu-ragu	7	21	14
4	Kurang setuju	3	6	6
5	Tidak setuju	1	1	2
Jumlah		50	186	100

Sumber : Data olahan, 2021

Pada tabel 4.15 di atas, terlihat tanggapan 50 orang responden terhadap peningkatan penjualan adalah; 12 orang responden atau 24% yang memberikan tanggapan sangat setuju, 27 orang responden atau 54% memberikan tanggapan setuju, 7 orang responden atau 14% yang menanggapi ragu-ragu, 3 orang responden atau 6% memberikan tanggapan kurang setuju dan 1 orang responden atau 2% yang menanggapi tidak setuju. Total skor pada item ke 4 variabel penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sebesar 186 dan masuk dalam kategori besar. Artinya, berdasarkan tanggapan 50 orang responden bahwa DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato telah menetapkan sasaran pasar.

Tabel. 4.16

Tanggapan Responden Item 5 Variabel Penjualan Penjualan

No.	Tanggapan Responden	Frek.	Skor	%
1	Sangat setuju	7	35	14
2	Setuju	31	124	62
3	Ragu-ragu	6	18	12
4	Kurang setuju	6	12	12
5	Tidak setuju	0	0	0
Jumlah		50	189	100

Sumber : Data olahan, 2021

Tabel 4.16 di atas, menggambarkan tanggapan 50 orang responden terhadap peningkatan penjualan DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato adalah; 7 orang responden atau 14% yang menjawab sangat setuju, 31 orang responden atau 62%

yang menjawab setuju, 6 orang responden atau 12% yang menjawab ragu-ragu dan 6 orang responden atau 12% yang menjawab kurang setuju. Total skor pada item ke 5 variabel peningkatan penjualan adalah 189 dan hal ini merupakan suatu gambaran bahwa para karyawan memahami perilaku para konsumennya.

4.3. Pengujian Hipotesis

a. Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana diolah dengan menggunakan Program SPSS dengan hasil sebagai berikut.

Tabel. 4.17

Coeficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.447	.620		3.949	.000
	Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi	.369	.170	.300	2.177	.034
a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan						

Sumber : Data olahan, 2021

Melihat hasil olahan data pada tabel 4.17, maka model persamaan regresi sederhana adalah $Y = 2,447 + 0,369X + \epsilon$. Bertitik tolak dari persamaan ini, maka dapat dijelaskan, bahwa konstanta (a)= 2,447, menggambarkan kondisi penjualan

tetap DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato tanpa dipengaruhi oleh variabel pelayanan berbasis sistem komputerisasi dan variabel lainnya yang tidak diteliti. Artinya, jika koefisien variabel pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato diabaikan atau diasumsikan = 0, maka peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sebesar 2,447.

Koefisien variabel pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato = 0,369 memberikan gambaran bahwa seandainya pelayanan berbasis sistem komputerisasi ditingkatkan sebesar satu satuan, maka penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato akan ikut meningkat sebesar 0,369. Sedangkan kontribusi atau koefisien penentu (determinan) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.18
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.300 ^a	.090	.071	.505

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi

Sumber : Data olahan, 2021

Tabel 4.18 di atas, didapatkan nilai *R Square* sebesar 0,090, menunjukkan kontribusi variabel pelayanan berbasis sistem komputerisasi terhadap peningkatan penjualan pada variabel pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sebesar 9%.

Sedangkan faktor lain yang dapat berkontribusi terhadap peningkatan penjualan sebesar 91% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, misalnya kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, penetapan harga jual dan lain-lain.

b. Analisis Korelasi dan Uji Signifikan

Penelitian yang dilakukan pada variabel pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato, juga dilakukan pengujian hubungan (korelasi) antara variabel (pelayanan berbasis sistem komputerisasi) dengan variabel (peningkatan penjualan) dengan hasil olahan data berikut.

Tabel 4.19

Correlation

		Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi	Peningkatan Penjualan
Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi	Pearson Correlation	1	.300*
	Sig. (2-tailed)		.034
	N	50	50
Peningkatan Penjualan	Pearson Correlation	.300*	1
	Sig. (2-tailed)	.034	

	N	50	50
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

Sumber : Data olahan, 2021

Pada tabel *correlation* di atas diperoleh nilai $r = 0,300$, angka tersebut menjelaskan korelasi atau hubungan antara variabel bebas (pelayanan berbasis sistem komputerisasi) dan variabel terikat (peningkatan penjualan) variabel pelayanan berbasis sistem komputerisasi pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato memiliki hubungan yang kecil atau lemah, yakni sebesar 30%. Korelasi atau hubungan sebesar 30% memiliki sifat yang signifikan karena nilai t. hitung sebagaimana yang tertera pada tabel *coefficients* t. hitung $3,949 >$ nilai sig. = 0,034. dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya hubungan atau korelasi antara pelayanan berbasis sistem komputerisasi dengan peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sebesar 30% adalah signifikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Melihat hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan adalah : pelayanan berbasis sistem komputerisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato sebesar 0,369.

5.2. Saran-Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan, maka disarankan :

1. Pemilik atau manajer DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato terus meningkatkan kemampuan pelayanan berbasis sistem komputerisasi karena memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan.
2. Pemilik atau manajer DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato tetap memperhatikan faktor-faktor atau variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan selain pelayanan berbasis sistem komputerisasi misalnya; kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi selain strategi penetapan harga jual dan saluran distribusi.
3. Bagi peneliti yang ingin menjadikan lokasi penelitian pada DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato mengangkat judul selain yang sudah diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Prabu Mangkunegara, 2002. ***Perilaku Konsumen***, Edisi Revisi, Penerbit PT. Refika Aditama, Bandung.
- Assauri Sofjan, 2004. ***Manajemen Pemasaran***, Edisi I, Cetakan 7, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
-, 2987. . ***Manajemen Pemasaran***, Edisi I, Cetakan 7, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Buchory Achmad Herry, 2010. ***Manajemen Pemasaran***, Cetakan Pertama, Penerbit Linda Karya Bandung.

Daryanto, 2011. ***Manajemen Pemasaran***, Cetakan I, Penerbit PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.

Fanny Fatma Wati dan Uswatun Khasanah, 2019 Jurnal Komputer dan Informatika,
Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UD Dwi Surya Aluminium dan Kaca Yogyakarta

[https://www.kompasiana.com/ervanhasby/5718ef2f61afbd10a007217/sistem-informasi-berbasis-komputer-cbis.](https://www.kompasiana.com/ervanhasby/5718ef2f61afbd10a007217/sistem-informasi-berbasis-komputer-cbis)

<https://arnylathifah.blogspot.com/2013/10/sistem-informasi-berbasis-komputer.htm.l>

Kasmir, dkk, 2012. ***Studi Kelayakan Bisnis***, Edisi Revisi Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Kirbrandoko, 2005. ***Teknik dan Manajemen Penjualan***, Penerbit Bunarupa Aksara, Jakarta.

Kotler Philip, 1997. ***Manajemen Pemasaran***, Edisi Bahasa Indonesia, Edisi Revisi, Jilid 1, Penerbit PT. Prenhalindo, Jakarta.

....., 2006. ***Manajemen peasaran***, Edisi 12, Penerbit PT. Mancanan Jaya Cemerlang.

Lupliyoadi, 2006. ***Manajemen Pemasaran Jasa***. Jakarta : Salemba Empat.

Mc Load Jr. Raymond, 1995. ***Sistem Informasi Manajemen***, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.

Raymond Mc Leod, Jr. dkk, 2007. ***Sistem Informasi Manajemen***, Edisi 10, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Riduwan, 2004. ***Metode Penelitian dan Teknik Penyusun Tesis***, Penerbit Alfabeta Bandung.

Sugiyono, 2007. ***Statistika untuk Penelitian***, Revisi terbaru, Cetakan Keduabelas, Penerbit Alfabeta, Bandung.

....., 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, Cetakan Keduabelas, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Tjiptono Fandy, 2007. *Strategi pemasaran*, Edisi 3, Penerbit CV. Andi offset Yogyakarta

Tjiptono Fandy dan Anastasia, 2001. *Total Quality Management*, Edisi Revisi, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Sunyoto Danang, 2013. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, Penerbit PT. Buku Seru, Jakarta.

Supriyono R. A., 1999. *Sistem Pengendalian Manajemen*, Penerbit BPFE, UGM, Yogyakarta.

Jadwal Penelitian

Revisi Proposal											
Pengelolaan Data & Bimbingan											
Ujian Skripsi											
Revisi											

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 2 : Daftar Kusioner Penelitian

A. Biodata Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Pendidikan :

Pekerjaan :

B. Sistem Informasi Berbasis IT

1. **Informasi yang di memiliki DD Mart Marisa selalu relevan dengan masalah atau kebutuhan yang sedang dihadapi atau dibutuhkan konsumen.**
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Kurang setuju
 - e. Tidak setuju
2. **Pengguna atau konsumen DD Mart Marisa dapat memilih data yang diperlukan tanpa harus melewati terlebih dahulu sejumlah fakta-fakta yang tidak berhubungan atau tidak penting.**
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Kurang setuju
 - e. Tidak setuju
3. **Informasi yang di butuhkan konsumen DD Mart Marisa sangat akurat.**
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Kurang setuju
 - e. Tidak setuju
4. **Fitur-fitur atau elemen-elemen yang memberikan kontribusi kepada tingkat akurasi sistem informasi DD Mart Marisa akan menambah biaya bagi konsumen.**
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Kurang setuju
 - e. Tidak setuju
5. **Sistem informasi DD Mart Marisa selalu tepat waktu.**

- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Kurang setuju
 - e. Tidak setuju
6. **Sistem informasi DD Mart Marisa selalu tepat waktu.**
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Kurang setuju
 - e. Tidak setuju
7. **Para pengguna atau konsumen DD Mart Marisa dapat memperoleh informasi yang menyajikan suatu gambaran lengkap atas suatu masalah tertentu atau solusinya.**
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Kurang setuju
 - e. Tidak setuju

C. Variabel Peningkatan Penjualan

1. **DD Mart Marisa memiliki pengetahuan tentang produk atau barang yang dijual.**
 - a. Sangat setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Setuju
 - d. Kurang setuju
 - e. Ragu-ragu
2. **DD Mart Marisa memiliki pengetahuan tentang manfaat produk atau barang yang dijualnya.**
 - a. Sangat setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Setuju
 - d. Kurang setuju
 - e. Ragu-ragu

3. DD Mart Marisa memiliki perencanaan persentase penjualan.

- a. Tidak setuju
- b. Ragu-ragu
- c. Sangat setuju
- d. Setuju
- e. Kurang setuju

4. DD Mart Marisa melakukan penetapan tentang sasaran penjualan.

- a. Tidak setuju
- b. Ragu-ragu
- c. Sangat setuju
- d. Setuju
- e. Kurang setuju

5. DD Mart Marisa memahami perilaku para konsumennya.

- a. Tidak setuju
- b. Ragu-ragu
- c. Sangat setuju
- d. Setuju
- e. Kurang setuju

Lampiran 3

**Tabulasi Hasil Penelitian Variabel Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi
(X)**

No.	Item Pertanyaan							Total	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7		
1	4	4	5	1	4	4	4	26	3,71
2	4	4	5	1	5	5	4	28	4,00
3	5	2	5	2	3	1	5	23	3,29
4	4	3	4	4	2	3	4	24	3,43
5	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
6	4	3	3	3	2	2	4	21	3,00
7	5	2	5	5	4	4	4	29	4,14
8	3	4	1	3	3	3	4	21	3,00
9	5	2	4	4	2	3	3	23	3,29
10	4	4	5	2	3	3	5	26	3,71
11	4	4	4	2	4	4	4	26	3,71
12	4	4	5	3	1	1	3	21	3,00
13	4	4	4	2	4	4	4	26	3,71
14	3	3	4	2	5	4	3	24	3,43
15	3	4	3	3	3	3	4	23	3,29
16	4	4	5	3	2	1	3	22	3,14

17	4	4	3	4	2	2	3	22	3,14
18	4	4	3	4	4	4	4	27	3,86
19	3	4	5	3	2	2	4	23	3,29
20	4	4	4	3	5	5	4	29	4,14
21	3	4	5	5	3	3	2	25	3,57
22	3	3	3	4	3	3	4	23	3,29
23	3	4	3	3	2	2	4	21	3,00
24	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
25	4	3	2	5	4	4	5	27	3,86
26	4	3	4	2	3	3	4	23	3,29
27	4	4	4	5	5	5	4	31	4,43
28	3	2	4	4	4	4	3	24	3,43
29	4	4	4	4	5	4	5	30	4,29
30	4	3	4	5	2	2	4	24	3,43
31	4	4	3	4	3	3	4	25	3,57
32	4	4	4	4	4	4	5	29	4,14
33	4	3	4	3	2	2	3	21	3,00
34	4	3	5	4	5	5	5	31	4,43
35	4	3	4	5	3	3	4	26	3,71
36	4	4	4	4	5	5	4	30	4,29
37	4	3	4	2	4	5	2	24	3,43
38	5	4	4	4	5	5	1	28	4,00
39	4	4	3	4	2	3	4	24	3,43
40	4	4	4	2	5	5	3	27	3,86
41	2	3	4	4	3	3	4	23	3,29
42	4	4	4	5	4	4	5	30	4,29
43	4	3	5	4	2	2	4	24	3,43

44	4	3	4	4	2	3	4	24	3,43
45	4	4	4	3	2	2	4	23	3,29
46	4	4	3	4	3	3	4	25	3,57
47	4	4	5	4	5	5	5	32	4,57
48	2	3	3	4	4	4	5	25	3,57
49	5	5	4	3	4	4	3	28	4,00
50	5	2	4	1	4	4	4	24	3,43
Jumlah	194	176	197	171	170	170	193	1271	181,57

Sumber : Data Mentah Hasil Penelitian 2021

Lampiran 4

Tabulasi Hasil Penelitian Variabel Peningkatan Penjualan (Y)

No.	Item Pertanyaan					Total	Rata-Rata
	1	2	3	4	5		
1	5	4	4	4	4	21	4,20
2	4	4	5	4	5	22	4,40
3	4	4	4	5	4	21	4,20
4	3	5	3	3	4	18	3,60
5	4	4	4	4	4	20	4,00
6	3	3	4	4	5	19	3,80
7	5	5	5	5	5	25	5,00
8	5	2	3	4	4	18	3,60
9	4	4	3	4	4	19	3,80
10	4	2	2	4	4	16	3,20

11	5	4	3	3	4	19	3,80
12	5	3	4	4	3	19	3,80
13	5	5	3	3	2	18	3,60
14	4	5	4	4	2	19	3,80
15	3	3	4	4	2	16	3,20
16	5	4	5	3	2	19	3,80
17	4	5	4	4	4	21	4,20
18	4	4	4	3	4	19	3,80
19	3	4	4	4	4	19	3,80
20	5	4	5	4	4	22	4,40
21	1	5	3	5	4	18	3,60
22	3	3	4	4	4	18	3,60
23	3	4	5	5	5	22	4,40
24	4	4	4	4	4	20	4,00
25	2	4	3	3	4	16	3,20
26	4	3	3	3	4	17	3,40
27	4	5	4	4	4	21	4,20
28	4	1	3	4	3	15	3,00
29	4	4	5	4	4	21	4,20
30	5	4	1	2	4	16	3,20
31	2	1	3	2	4	12	2,40
32	5	4	4	4	4	21	4,20
33	4	4	3	4	4	19	3,80
34	4	2	3	4	2	15	3,00
35	2	4	3	5	4	18	3,60
36	4	4	4	5	4	21	4,20
37	5	3	5	4	3	20	4,00

38	5	4	4	4	4	21	4,20
39	5	4	3	4	5	21	4,20
40	5	5	1	1	5	17	3,40
41	1	2	2	2	4	11	2,20
42	4	4	5	4	4	21	4,20
43	4	3	4	4	2	17	3,40
44	5	1	3	5	5	19	3,80
45	5	2	3	5	4	19	3,80
46	1	5	3	5	3	17	3,40
47	5	4	4	5	4	22	4,40
48	4	2	4	5	3	18	3,60
49	5	4	5	5	3	22	4,40
50	5	5	4	4	4	22	4,40
Jumlah	198	182	182	196	189	947	189,40

Sumber : Data Mentah Hasil Penelitian 2021

Lampiran 5.

HASIL OLAHAN DATA PROGRAM SPSS 16

Coeficients

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.447	.620		3.949	.000
Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi	.369	.170	.300	2.177	.034

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Sumber : Data olahan, 2021

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.300 ^a	.090	.071	.505

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.300 ^a	.090	.071	.505
a. Predictors: (Constant), Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi				

Correlation

		Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi	Peningkatan Penjualan
Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi	Pearson Correlation	1	.300*
	Sig. (2-tailed)		.034
	N	50	50
Peningkatan Penjualan	Pearson Correlation	.300*	1
	Sig. (2-tailed)	.034	
	N	50	50

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

Sumber : Data olahan, 202

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
LEMBAGA PENELITIAN (LEMILIT)
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975; Fax: (0435) 829976; E-mail:lembagapenelitian@unisan.ac.id

No.19175/PIP/LEMILIT-UNISAN/VIII/2021

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulham, Ph.D
NIDN : 0911108104
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian Universitas Ichsan Gorontalo

Meminta kesediaannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan
proposal/skripsi, kepada:

Nama Mahasiswa : Sri Sofyanti Hasan
NIM : E2119263
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Lokasi Penelitian : DD Mart Marisa Kabupaten Pohuwato
Judul penelitian : Pengaruh Pelayanan Berbasis Sistem Komputerisasi Terhadap
Keputusan Konsumen Pada DD Mart Marisa, Kabupaten
Pohuwato

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 10 Agustus 2021

Ketua,

Zulham, Ph.D

NIDN : 0911108104

PEMERINTAH KABUPATEN POHUWATO
KECAMATAN MARISA
TOKO DDMART
Alamat : Jalan Blok Plan, Desa polopo

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawa ini:

Nama : Djoni Nento
Jabatan : **Pimpinan**

Menerangkan bahwa,

Nama : SRI SOFYANTI HASAN
NIM : E21.19.263
Universitas : Universitas Ichsan Gorontalo
Program Studi : Manajemen (S1)
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Judul Penelitian : "PENGARUH PELAYANAN BERBASIS SISTEM KOMPUTERISA TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA DDMART MARISA KABUPATEN POHUWATO"
Keterangan : Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian dan survey tentang pelayanan berbasis system Komputerisasi Terhadap peningkatan penjualan Pada DDmart Marisa kabupaten pohuwato dengan waktu penelitian kurang lebih 3 (tiga) bulan.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sesuai dengan keperluannya

Marisa, 1 Juni 2021

Pimpinan

Djoni Nento





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
UNIVERSITAS IHSAN
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 0852/UNISAN-G/S-BP/XI/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN : 0906058301
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ihsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasiswa : SRI SOFYANTI HASAN
NIM : E2119263
Program Studi : Manajemen (S1)
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi : PENGARUH PELAYANAN BERBASIS SISTEM KOMPUTERISASI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA DDMART MARISA KABUPATEN POHUWATO

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 29%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujiankan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 02 November 2021

Tim Verifikasi,



Sunarto Taliki, M.Kom

NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



E2119263

Skripsi_SRI SOFYANTI HASAN.docx

Sources Overview

29%
OVERALL SIMILARITY

1	arnylathfah.blogspot.com INTERNET	3%
2	ejournalbsi.ac.id INTERNET	2%
3	e-jurnal.stienobeindonesia.ac.id INTERNET	2%
4	galuhnuratna.blogspot.com INTERNET	2%
5	phannessimatupang.wordpress.com INTERNET	2%
6	elibrary.unisba.ac.id INTERNET	2%
7	id.scribd.com INTERNET	2%
8	www.kompasiana.com INTERNET	1%
9	deaaular.blogspot.com INTERNET	1%
10	invisiblehand.blogspot.com INTERNET	1%
11	eprints.stainkudus.ac.id INTERNET	1%
12	ejurnal.provisi.ac.id INTERNET	1%
13	whioletzshop.blogspot.com INTERNET	<1%
14	yusijucy.blogspot.com INTERNET	<1%
15	eprints.undip.ac.id INTERNET	<1%
16	repository.un-suska.ac.id INTERNET	<1%

17	repository.iainkudus.ac.id INTERNET	<1%
18	core.ac.uk INTERNET	<1%
19	123dok.com INTERNET	<1%
20	lb.unnes.ac.id INTERNET	<1%
21	kalimas-ramadhan.blogspot.com INTERNET	<1%
22	Sulistti Afriani, Rina Trisna Yanti. "STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MANG ROVE DI KAMPUNG SEJAHTERA, KOTA BENGKULU". CROSSTREF	<1%
23	repository.widyatama.ac.id INTERNET	<1%
24	jurnalunpand.ac.id INTERNET	<1%
25	www.slideshare.net	<1%

CURRICULUM VITAE

1. Identitas Pribadi



Nama	: SRI SOFYANTI HASAN
NIM	: E21.19.263
Tempat /tgl Lahir	: Persatuan, 01-10-1996
Jenis Kelamin	: Perempuan
Angkatan	: 2017
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Agama	: Islam
Alamat	: Desa persatuan, kec popayato barat, kab pohuwato

2. Riwayat pendidikan

1. Telah Menyelesaikan belajar Di SDN Inpres 1 Persatuan, Kecamatan popayato Barat Pada Tahun 2009
2. Kemudian melanjutkan ke jenjang berikutnya di SMP 2 Popayato Barat Pada Tahun 2012
3. Kemudian menyelesaikan belajar di SMA Negeri 1 Popayato pada tahun 2015
4. Melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Ichsan Gorontalo Pada tahun 2017, mengambil jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi.

