



IKATAN AKUNTAN INDONESIA  
WILAYAH JAWA BARAT

ISSN-SNAB-2252-3936



# PROCEEDINGS

**PROFESIONALISME AKUNTAN MENUJU  
SUSTAINABLE BUSINESS PRACTICE**

**KAMIS, 20 JULI 2017 | BANDUNG, JAWA BARAT**

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA JUAL, LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP VOLUME PENJUALAN DAMPAKNYA PADA *RETURN ON INVESTMENT*

Acep Edison

Universitas Widyatama  
Jalan Cikutra 204 Bandung  
acep.edison@widyatama.ac.id

## ABSTRAK

*Studi bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran Kualitas Produksi, Harga Jual, Layanan Purna Jual, Penjualan, Return On Investment pada perusahaan manufaktur. Pengukuran yang dilakukan untuk mendapat besarnya kontribusi Kualitas Produksi, Harga Jual, Layanan Purna Jual, terhadap Penjualan dan berdampak pada Return On Investment. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan tipe investigasi deskriptif verifikatif dan unit analisis penelitian adalah bagian penjualan. Teknik sampling yang digunakan purposive sampling. Analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan pengujian kecocokan model, besarnya pengaruh secara partial dan simultan serta nilai besaran jalur sebagai kontribusi dari variabel independent terhadap dependent. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis partial dan simultan signifikan  $H_a$  diterima dan kontribusi variabel Kualitas Produk memberikan peningkatan penjualan sebesar 1,5 kali dan secara tidak langsung memberikan peningkatan 6 kali terhadap Return On Investment. Kontribusi variabel Harga Produk memberikan peningkatan penjualan sebesar 0,84 kali dan secara tidak langsung memberikan peningkatan 3,37 kali terhadap Return On Investment. Kontribusi variabel Layanan Purna Jual memberikan peningkatan penjualan sebesar 0,22 kali dan secara tidak langsung memberikan peningkatan 4 kali terhadap Return On Investment. Kesimpulan penelitian yakni Kualitas Produksi, Harga Jual, Layanan Purna Jual mempengaruhi Penjualan dan berdampak pada Return On Investment.*

**Kata kunci :** *Kualitas Produksi, Harga Jual, Layanan Purna Jual, Penjualan, Return On Investment*

## PENDAHULUAN

### 1. PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan penjualan secara lokal maupun global menuntut perusahaan untuk meningkatkan keunggulan persaingan sehingga memacu manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien agar bisa mencapai target penjualan yang pada akhirnya berdampak pada *Return On Investment* (ROI). Persaingan pasar terjadi pada kualitas produk, harga jual, layanan purna jual dan untuk menarik perhatian konsumen perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas produk dengan harga jual yang kompetitif dan pelayanan purna jual dalam meningkatkan penjualan yang akan mencapai pengembalian investasi dengan cepat. (Blocher, Chen, Lin : 2001)

Khusus penjualan pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terjadi keadaan yang cukup menarik menyangkut penjualan yang berdampak pada profit margin. Selama kurun waktu tahun 2014 – 2016. Pendapatan PT LEN Agri Resources Tbk. pada kuartal III/2014 mengalami penurunan sebesar 7,29% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (financeroll.co.id Diakses tanggal 18 Desember 2016). Ekspor PT INKA tumbuh negatif sebesar US\$ 150,25 miliar atau turun 14,62 persen dibanding pada 2014. sebesar US\$ 175,98 miliar. (tempo.co diakses tanggal 6 Januari 2017). PT. INUKI mengalami penurunan penjualan dan berakibat pada rugi Rp 6 miliar tahun 2014. (detik.com Diakses tanggal 30 Desember 2016 jam 14.15).

PT. LEN merupakan perusahaan BUMN yang memproduksi produk elektronik melakukan mekanisme penjualan berdasarkan pesanan yang didasarkan pada kesepakatan antara perusahaan dengan pelanggan berisi kesepakatan transaksi jumlah produk, tenggang waktu dan harga produk. Penjualan dilakukan berdasarkan perencanaan triwulan dengan mengacu pada proyeksi perencanaan penjualan dan realisasi anggaran triwulan sebelumnya. Produk-produk yang dijual ; 1. Jalur dan Persinyalan Kereta Api, 2. Energi Terbarukan, 3. Teknologi Informasi dan Komunikasi, 4. Sistem Navigasi, 5. Elektronik Pertahanan, sama dengan produk-produk yang dijual oleh BUMN lainnya dan perusahaan asing. (Observasi : 2016).

Realisasi penjualan Oktober, November, Desember tahun 2013 hanya mencapai 79,01 % dari anggaran. Realisasi penjualan Oktober, November dan Desember tahun 2014 hanya mencapai 92,53 % dari anggaran.

Realisasi penjualan tahun 2015 bulan Juli, Agustus mencapai 81,58 % dari anggaran dan ralisasi bulan Oktober, November dan Desember 2015 mencapai 89,44 % dari anggaran penjualan. (Laporan Penjualan 2013 – 2015).

Terjadinya distorsi penjualan yang berakibat pada profit margin disebabkan harga jual, produk, biaya promosi, saluran distribusi dan kualitas produk. Kotler (2000:55). Penelitian Diana Arief, Abdul rahman Kadir, Indrianty (2011) pelayanan purna jual menghasilkan temuan bahwa layanan purna jual PT. Buana Indomobil Trada Surabaya pada penjualan mobil Ertiga Suzuki, bahwa promosi, harga, citra produk dan layanan purna jual berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan teoritis bahwa kualitas produk, harga jual, layanan purna jual yang diberikan oleh produsen merupakan daya tarik yang dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk melakukan pembelian kembali dan mendukung kesuksesan produk di pasar (Yogi Astra Iskandar : 2014). Hasil penelitian Lubis, Mohammad Chafizh Maulana (2014) Kualitas produk dan penetapan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Green Cake & Coffee. Mahesya. Penelitian Dara Elsera (2015) menyimpulkan bahwa pelayanan purna jual yang dilakukan Auto 2000 dalam penanganan keluhan pelanggan berdampak pada peningkatan penjualan. Penelitian Diana Arief (2011) menyimpulkan bahwa kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh langsung terhadap penjualan dampaknya terhadap laba perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian diduga bahwa *Return On Investment* yakni investasi yang ditanamkan atas penjualan dalam sebuah program akan kembali sangat tergantung pada laba yang dihasilkan dipengaruhi oleh kualitas produk, harga jual, pelayanan purna jual.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk, harga jual, layanan purna jual, penjualan, *Return On Investment* pada PT. LEN.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga jual, pelayanan purna jual secara partial dan simultan terhadap penjualan pada PT. LEN.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga jual, pelayanan purna jual terhadap penjualan dampaknya terhadap *Return On Investment* pada PT. LEN.
4. Seberapa besar pengaruh penjualan terhadap *Return On Investment* pada PT. LEN.

## 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian dimaksud mendapatkan gambaran mengenai kualitas produk, harga jual, layanan purna jual, penjualan, *Return On Investment* dengan tujuannya mengukur hubungan sebab akibat antara variabel kualitas produk, harga jual, layanan purna jual terhadap penjualan dampaknya pada *Return On Investment* di PT. LEN.

## 1.4. Kegunaan Penelitian

Temuan penelitian berguna bagi pengembangan keilmuan dibidang Akuntansi Manajemen dan pengembangan penelitian bagi peneliti serta peneliti selanjutnya, dan pemecahan masalah kualitas produk, harga jual, layanan purna jual, penjualan, *Return On Investment* bagi PT LEN Khususnya dan perusahaan pada umumnya.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Kualitas produk

Kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kotler & Armstrong (2006:299)

### 2.2. Harga Jual :

Harga merupakan nilai pertukaran barang – barang dan jasa dalam suatu perekonomian (Tuan Nakota : 1983). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan atas pertukaran barang atau jasa. Tjiptono (2008 : 151)

### 2.3. Layanan Purna Jual

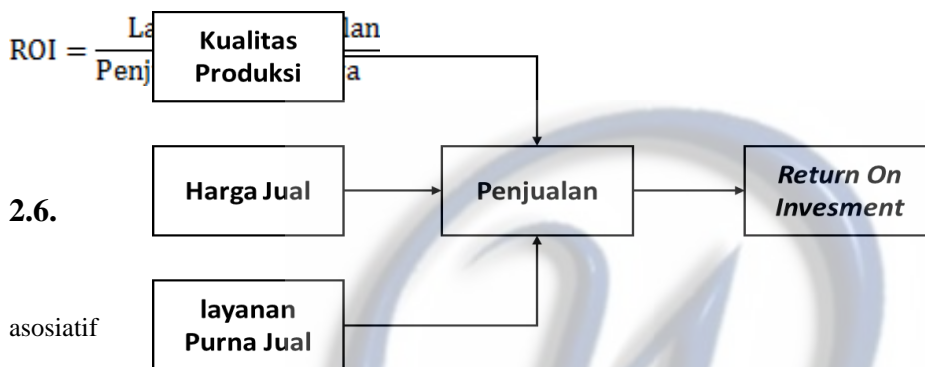
Berbagai macam layanan yang disediakan produsen atau pedagang setelah produk dibeli oleh pembeli. Sebagian layanan purna jual diberikan secara cuma-cuma dalam batas waktu atau batas penggunaan produk tertentu. Siswanto Sutojo (2010:152)

#### 2.4. Penjualan

Pendapatan yang diterima dari pertukaran barang atau jasa dan dicatat untuk satu periode akuntansi tertentu, baik berdasarkan kas atau berdasarkan akrual. Syahrul dan Muhammad Afdi Nizar (2000:764). Pencapaian penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif, dari segi fisik atau volume. Hartson dan Stapelton (2005:185)

#### 2.5. Return On Investment (ROI)

Pengembalian investasi adalah Return On sales dikalikan Asset Turnover yakni perbandingan Laba atas penjualan dikalikan penjualan atas aktiva (Blocher, Chen, Lin : 2001) dengan rumus sebagai berikut :



2.6.

asosiatif

gambar berikut :

#### Kerangka Pemikiran

Hubungan antara variabel digambarkan sebagaimana

Gambar 1. Paradigma Konseptual Penelitian

#### 2.6.1. Pengaruh Kualitas Produksi terhadap Penjualan

Pengaruh dari persaingan penjualan menyebabkan terjadinya penurunan penjualan, hal ini perlu segera diatasi. Seorang ahli mengungkapkan pendapatnya terkait hal-hal yang mempengaruhi tingkat penjualan yaitu harga jual, produk, biaya promosi, saluran distribusi dan kualitas produk. Kotler (2000:55) . Jika salah satu dari lima faktor diatas ditingkatkan maka volume penjualan akan meningkat. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kotler dan Keller (2009).

#### 2.6.2. Pengaruh Harga Jual terhadap Penjualan

Pengaruh dari persaingan penjualan menyebabkan terjadinya penurunan penjualan. Faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan yaitu harga jual, produk, biaya promosi, saluran distribusi dan kualitas produk. Kotler (2000). Faktor lain selain kualitas produk yakni harga jual sangat menentukan kemampuan dan daya tarik konsumen untuk mengkonsumsi produk

perusahaan, dengan semakin menarik harga jual, volume penjualan perusahaan akan semakin meningkat. Kotler dan Armstrong (2008).

### **2.6.3. Pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Penjualan**

Pengaruh dari persaingan penjualan menyebabkan terjadinya penurunan penjualan. Pengaruh layanan purna jual terhadap penjualan berdasarkan penelitian Diana Arief (2011) menghasilkan temuan bahwa kualitas produk, harga jual dan layanan purna jual berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dan penelitian Yogi Astra Iskandar (2014) menghasilkan temuan bahwa variabel promosi, harga, citra produk dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap penjualan, semakin baik layanan purna jual semakin meningkat penjualan.

### **2.6.4. Kualitas produk, harga jual, pelayanan purna jual berpengaruh terhadap penjualan dampaknya pada *Return On Investment*.**

Kualitas produk, harga jual dan layanan purna jual berpengaruh langsung dan signifikan terhadap penjualan. Diana Arief (2011), Yogi Astra Iskandar (2014). Kemampuan manajer meningkatkan penjualan ditujukan untuk pencapaian tingkat pengembalian investasi tingkat tertentu. (Blocker, Chen, Lin : 2001).

### **2.6.5. Pengaruh Penjualan terhadap *Return On Investment***

Laba suatu perusahaan per dollar penjualan mengukur kemampuan manajer untuk mengendalikan pengeluaran dan meningkatkan laba untuk memperbaiki profitabilitas. Jumlah dollar penjualan investasi mengukur kemampuan manajer untuk meningkatkan penjualan dari tingkat investasi tertentu. (Blocker, Chen, Lin : 2001).

## **2.7. Hipotesis Penelitian**

- H1 : Kualitas produk berpengaruh terhadap penjualan.
- H2 : Harga jual berpengaruh terhadap penjualan.
- H3 : Pelayanan purna jual berpengaruh terhadap penjualan.
- H4 : Kualitas produk, harga jual, pelayanan purna jual berpengaruh terhadap penjualan.
- H5 : Penjualan berpengaruh terhadap *Return On Investment*.

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian merupakan jenis penelitian eksplanatori dengan tipe investigasi deskriptif verifikatif. Objek yang diteliti ; Kualitas produk, harga jual, pelayanan purna jual, penjualan, *Return On Investment*. Populasi dari penelitian seluruh staff bagian penjualan 40 orang. Jumlah sampel sebanyak 33 staff penjualan ditarik dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. didasarkan pada kriteria telah berkerja lebih dari 1 tahun, aktif dalam kegiatan penjualan sebagaimana Standard Operasional Perusahaan yang ditetapkan. Unit analisis adalah laporan penjualan dan keuangan perusahaan tahun 2016. Analisis data menggunakan analisis jalur, diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS 21.0. dengan menetapkan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05 untuk pengujian hipotesis.

## **4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **4.1. HASIL PENELITIAN**

#### **4.1.1. Gambaran Variabel**

Kualitas produk, harga jual, pelayanan purna jual, penjualan, *Return On Investment* :

##### **4.1.1.1. Kualitas Produksi**

Kesesuaian bentuk fisik dengan harapan konsumen tertinggi nilai sebesar 86,06 % dan nilai terendah sebesar 75,76%. Nilai rata – rata sebesar 80,81% menunjukkan kualitas produk pada kategori sangat baik.

##### **4.1.1.2. Harga Jual**

Harga jual produk sesuai harga pasar yang berkembang berdasarkan persepsi konsumen nilai tertinggi sebesar 86,06% dan nilai terendah sebesar 63,03%. Nilai Rata – rata sebesar 76,43%. Menunjukkan harga jual pada katagori sangat baik.

##### **4.1.1.3. Layanan Purna Jual**

Layanan purna jual produk sesuai persepsi konsumen nilai tertinggi sebesar 72,04% dan nilai terendah sebesar 56,23%. Nilai Rata – rata sebesar 64,1353%. Menunjukkan harga jual pada katagori baik.

#### 4.1.1.4. Penjualan

Volume penjualan yang dapat dicapai sebesar sebesar 82,73% dari target perencanaan menunjukkan penjualan pada katagori baik.

#### 4.1.1.5. Return On Investment (ROI)

Pengembalian atas investasi dari laba atas penjualan dikalikan penjualan atas aset menunjukkan nilai rasio 0,631 artinya Pengembalian investasi atas *Return On sales* dikalikan *Asset Turnover* sebesar 63 % menunjukkan pada katagori baik.

### 4.1.2. Pengujian Asumsi Klasik

Uji dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis regresi pada analissi jalur, hasil pengujian sebagai berikut :

1. Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* diperoleh *Test Statistic* 0,869 dan Signifikansi  $0,487 > 0,05$ ,  $H_0$  diterima dengan demikian residual berdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas : Hasil uji multikolineritas menunjukkan nilai *centered variance inflation factors* (VIF) sebesar antar variabel 2.420 tertinggi 6.186 kurang dari 10, dengan demikian tidak terdapat multikolinieritas variabel independen dalam model regresi. (Gozali : 2016).
3. Uji Heteroskedastisitas : Pengujian parameter beta apabila menunjukkan tidak signifikan maka asumsi homoskedastisitas diterima. Berdasarkan hasil pengujian koefisien beta antar variabel antara  $0,222$  dan  $4.023 > 0,05$  konsisten dengan uji scatterplots dengan demikian tidak terjadi heterokedastisitas .(Gozali : 2016).
4. Uji Autokorelasi : hasil uji autokolerasi menunjukkan angka *Durbin-Watson* sebesar 1.834. Nilai dibandingkan dengan tabel DW dengan jumlah observasi (n) = 33, jumlah variabel independen (k) = 3 dan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan tabel distribusi *Durbin-Watson* didapat nilai  $d_l = 1,2576$  dan nilai  $d_u = 1,651$ , oleh karena nilai DW = 1.834. berada diatas nilai  $d_u = 1,651$  tetapi dibawah nilai  $4-d_u = 2,349$ , yaitu  $(1,651 < 1,834 < 2,349)$  dengan demikian nilai DW berada diantara nilai  $d_u$  dan  $4-d_u$  ( $d_u < d < 4-d_u$ ) menyatakan tidak terdapat autokorelasi positif dan negatif pada model regresi dapat diterima. (Gozali : 2016).

### 4.1.3. Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Pengujian *Goodness of Fit* adalah pengujian kecocokan model yang digunakan untuk menguji seberapa besar nilai seluruh variabel independen berkontribusi terhadap perubahan pada variabel dependen berdasarkan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai adalah antara nol dan satu dan mendekati satu nilai artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Gozali : 2016)..

**Tabel 1. Koefisien Determinasi.**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.875 <sup>a</sup>	.870	.889	20.02705	.990	927.215	3
2	.897 <sup>b</sup>	.892	.895	4.06617	.010	675.494	1

Sumber: Hasil *Output SPSS 21*

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, menunjukkan bahwa nilai *R-squared* persamaan 1 : sebesar 0,870, artinya variabilitas Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produksi, Harga Jual, Layanan Purna Jual sebesar 87 %, sedangkan sisanya sebesar 13% adalah variabel yang tidak diteliti dan persamaan 2 : sebesar 0,892 *Return On Investment* dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produksi, Harga Jual, Layanan Purna Jual, Penjualan sebesar 89,2 %, sedangkan sisanya sebesar 11,8% adalah variabel yang tidak diteliti dengan demikian model konseptual penelitian menunjukkan kecocokan yang tinggi dengan empirisnya.

#### 4.1.4. Pengujian Hipotesis Parsial (*t-test*)

Hasil pengolahan data sebagaimana tabel 2 sebagai berikut :

**Tabel 2. Koefisien**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.485	3.979		2.635	.014
Kualitas Produksi	3.689	1.114	.222	3.311	.003
Harga Jual	3.609	.117	.548	3.913	.000
Layanan Purna Jual	9.163	.388	2.446	3.592	.000
Penjualan	7.891	.304	4.023	2.990	.000

Sumber : Pengolahan data SPSS 21

Berdasarkan tabel 2 , pengujian hipotesis secara parsial sebagai berikut:

1. Hasil uji t (parsial), variabel Kualitas Produksi menunjukkan nilai signifikan  $0,03 < 0,05$  dan t hitung  $3,311 > t$  tabel 2,744, disimpulkan  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya Kualitas Produksi berpengaruh terhadap variabel Penjualan.
2. Hasil uji t (parsial), variabel Harga Jual menunjukkan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  dan t hitung  $3,913 > t$  tabel 2,744, disimpulkan  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya Harga Jual berpengaruh terhadap variabel Penjualan.
3. Hasil uji t (parsial), variabel Layanan Purna Jual menunjukkan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  dan t hitung  $3,592 > t$  tabel 2,744, disimpulkan  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya Layan Purna Jual berpengaruh terhadap variabel Penjualan.
4. Hasil uji t (parsial), variabel Penjualan menunjukkan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  dan t hitung  $2,990 > t$  tabel 2,744, disimpulkan  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya variabel Penjualan berpengaruh terhadap variabel *Return On Investment*.

#### 4.1.5. Pengujian Hipotesis simultan (F-fisher)

Hasil pengolahan data sebagaimana tabel 3 sebagai berikut :

**Tabel 3. Koefisien F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11156.569	3	3718.856	9.215	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1163.401	29	40.083		
	Total	11273.970	32			

Sumber : Pengolahan data SPSS 21

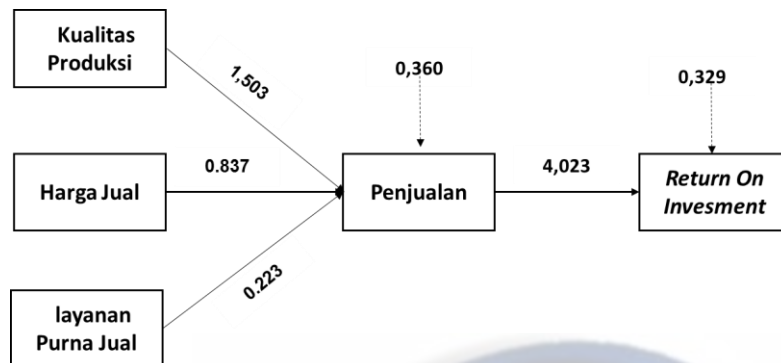
Berdasarkan tabel 3 , pengujian hipotesis secara simultan sebagai berikut:

Hasil uji F (simultan), variabel Kualitas Produksi, Harga Jual, Layanan Purna Jual menunjukkan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  dan F hitung  $9,215 > F$  tabel 2,955, disimpulkan  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya variabel Kualitas Produksi, Harga Jual, Layanan Purna Jual berpengaruh terhadap variabel Penjualan.

#### 4.1.6. Analisis Jalur

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan asosisatif antara variabel-variabel dengan tujuan mengukur besarnya kontribusi variabel independen

dalam memprediksi perubahan pada variabel dependen Hasil pengolahan model regresi analisis jalur sebagaimana Gambar 2. berikut :



Sumber : Pengolahan data SPSS 21

Gambar 2. Koefisien jalur

Model dijelaskan sebagai berikut :

1. Kontribusi variabel Kualitas Produk terhadap perubahan yang terjadi pada variabel penjualan koefisien jalur sebesar 1,503 menunjukkan bahwa setiap perubahan Kualitas Produk memberikan peningkatan penjualan sebesar 1,5 kali. Kontribusi variabel Kualitas Produksi terhadap *Return On Investment* melalui variabel Penjualan koefisien jalur sebesar 6.04 artinya *Return On Investment* akan meningkat sebesar 6 kali disebabkan Penjualan sebagai akibat tidak langsung dari Kualitas Kroduksi.
2. Kontribusi variabel Harga Jual terhadap perubahan yang terjadi pada variabel penjualan koefisien jalur sebesar 0,837 menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel Kualitas Produk memberikan peningkatan penjualan sebesar 0,84 kali. Kontribusi variabel Harga Jual terhadap *Return On Investment* melalui variabel Penjualan sebesar 3,367 artinya *Return On Investment* akan meningkat sebesar 3,37 kali disebabkan variabel Penjualan sebagai akibat tidak langsung dari variabel Harga Jual.
3. Kontribusi variabel Layanan Purna Jual terhadap perubahan yang terjadi pada variabel penjualan koefisien jalur sebesar 0,223 menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel Layanan Purna Jual memberikan peningkatan penjualan sebesar 1,5 kali. Kontribusi variabel Layanan Purna Jual terhadap *Return On invesment* melalui variabel Penjualan koefisien jalur sebesar 6.04 artinya *Return On Investment* akan meningkat sebesar 6 kali disebabkan penjualan sebagai akibat tidak langsung dari variabel Layanan Purna Jual.
4. Kontribusi variabel Penjualan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel *Return On Investment* koefisien jalur sebesar 4,023 menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel Penjualan memberikan peningkatan *Return On Investment* sebesar 4 kali.

## 4.2. PEMBAHASAN

#### 4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Penjualan

Peningkatan penjualan dicapai ketika kualitas produk mampu memberikan diinginkan pelanggan. Kotler dan Keller (2009:143). Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan sebagaimana hasil penelitian Mohammad Chafizh Maulana (2014), Diana Arief (2011), Dhanya Alex (2015), bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Hasil penelitian menunjukkan besarnya kontribusi kualitas produk terhadap penjualan sebesar 1,5 kali satuan yang artinya jika kualitas meningkat akan meningkatkan penjualan sebesar 1,5 satuan. Kontribusi Kualitas Produksi pada *Return On Investment* melalui variabel Penjualan sebesar 6.04 satuan artinya *Return On Investment* akan meningkat sebesar 6 kali disebabkan Penjualan sebagai akibat tidak langsung dari Kualitas Kroduksi.

#### 4.2.2. Pengaruh Harga Jual Terhadap Penjualan

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kotler dan Armstrong (2008). Harga merupakan nilai pertukaran barang – barang dan jasa dalam suatu perekonomian (Tuan Nakota : 1983). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh terhadap penjualan sesuai dengan penelitian Mohammad Chafizh Maulana (2014), Abbott J Haron (2016), bahwa harga jual berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Hasil penelitian menunjukkan besarnya kontribusi harga jual terhadap penjualan sebesar 0,84 kali satuan yang artinya jika kualitas meningkat akan meningkatkan penjualan sebesar 0,84 satuan. Kontribusi Harga Jual pada *Return On Investment* melalui variabel Penjualan sebesar 3,4 satuan artinya *Return On Investment* akan meningkat sebesar 3,4 satuan disebabkan Penjualan sebagai akibat tidak langsung dari Harga Jual.

### 4.2.3. Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Penjualan

Layanan adalah pelayanan yang disediakan produsen atau pedagang setelah produk dibeli oleh pembeli. Siswanto Sutojo (2010:152). Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan purna jual berpengaruh terhadap penjualan. Hasil penelitian sebagaimana peneliti Diana Arief (2011) bahwa Layanan Purna Jual berpengaruh Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Motor Honda di Kota Makassar dan penelitian Yogi Astra Iskandar (2014) pengaruh layanan purna jual terhadap volume penjualan perusahaan dan penelitian Dara Elsera Mahesya (2015) yang menunjukkan bahwa layanan purna jual berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Hasil penelitian menunjukkan besarnya kontribusi layanan purna jual terhadap penjualan sebesar 0,22 kali satuan yang artinya jika kualitas meningkat akan meningkatkan penjualan sebesar 0,22 satuan. Kontribusi Layanan Purna Jual pada Return On Investment melalui variabel Penjualan sebesar 6.04 satuan artinya *Return On Investment* akan meningkat sebesar 6,04 satuan disebabkan penjualan sebagai akibat tidak langsung dari Layanan Purna Jual.

### 4.2.4. Pengaruh penjualan terhadap Return On Investment

Laba suatu perusahaan per dollar penjualan mengukur kemampuan manajer untuk mengendalikan pengeluaran dan meningkatkan laba untuk memperbaiki profitabilitas. Jumlah dollar penjualan investasi mengukur kemampuan manajer untuk meningkatkan penjualan dari tingkat investasi tertentu. (Blocker, Chen.Lin : 2001). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh terhadap return on investment dan besarnya. Kontribusi Penjualan terhadap perubahan yang pada *Return On Investment* sebesar 4,023 satuan artinya bahwa setiap perubahan Penjualan memberikan peningkatan *Return On Investment* sebesar 4 kali.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. KESIMPULAN

Keadaan *Return On Investment* sebagaimana hasil penelitian disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk secara signifikan mempengaruhi penjualan pada PT LEN.
2. Harga Jual secara signifikan mempengaruhi penjualan pada PT LEN.
3. Layanan Purna Jual secara signifikan mempengaruhi penjualan pada PT LEN.
4. Penjualan secara signifikan mempengaruhi *Return On Investment* pada PT LEN.
5. Kualitas Produk, harga jual, Layanan Purna jual mempengaruhi Penjualan dan berdampak pada *Return On Investment*.

## 5.2. SARAN

Hasil penelitian mengandung keterbatasan yang tidak dapat digeneralisir karena bersifat *eksplanatori crosssectional* empirical yang menggambarkan dan menjelaskan keadaan hanya pada satu perusahaan pada satu keadaan (*one shoot*) serta bersifat kasuistik, sehingga jika terjadi perubahan pada keadaan yang berbeda, maka gambaran dan pengukuran akan berubah sesuai dengan kondisi perubahan. Berdasarkan keterbatasan saran – saran sebagai berikut :

### a. Peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya, dapat melakukan penelitian survey pada beberapa perusahaan atau BUMN dengan variabel yang sama, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisir.

### b. Bagi manajemen

Direkomendasikan pada manajemen perusahaan untuk menggunakan variabel – variabel yang telah diuji sebagai dasar dalam mengukur perkembangan *Return On Investment* serta sebagai dasar dalam melakukan kendali operasional penjualan sehingga tercapai *Return On Investment* yang ditargetkan.

### c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan menyangkut pengetahuan akuntansi manajemen yang berfokus pada kualitas, harga jual, layanan purna jual serta penjualan dan *Return On Investment*.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, M. Faisal. 2005. “Dasar-dasar Manajemen Keuangan”. Edisi Kedua, Malang : Universitas Muhammadiyah.
- [2] Blocher, Chen, Lin. 2001. “*Cost Manajemen*” Iwin McGraw-Hill, second edition. Boston

- [3] Dhanya Alex. 2015. *“Impact of Product Quality, Service Quality and Contextual Experience on Customer Perceived Value and Future Buying Intentions.”* : Cochin University of Science and Technology India.
- [4] Diana Arief, Abdul rahman Kadir, Indrianty. 2011. “Pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan”. Makassar : Universitas Hassanuddin.
- [5] Ghozali, Imam. 2016. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [6] Gujarati N. Damodar. 2004. *“Basic Econometrics”* fourth edition. McGraw-Hill
- [7] Hansen, Don. R. dan M. Mowen, Mayane. 2001 “Manajemen Biaya Akuntansi dan Pengendalian”. Buku Dua. Edisi Kesatu. Salemba Empat. Jakarta.
- [8] Heskett, J.L., Sasser, W.E. and Hart, L. 2010. *“The Service Profit Chain”*, New York : Press
- [9] Kotler, Philip 2005. “Manajemen Pemasaran”, diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Edisi 11, jilid 1. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia,
- [10] Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. 2004. “Dasar-Dasar Pemasaran”. Edisi kesembilan, Jilid 1. dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks
- [11] Lubis, Mohammad Chafizh Maulana. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Green Cake & Coffee di Bandung”. Bandung : Universitas Widyatama.
- [12] Mahesya, Dara Elsera. 2015. “Tinjauan Pelayanan Purna Jual Pada Bagian Service di AUTO 2000 Cabang Suci Bandung”. Bandung : Universitas Widyatama.
- [13] Mulyadi. 2001. “Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat dan Rekayasa”, Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- [14] Sekaran, Uma. 2006. ‘Metodologi Penelitian untuk Bisnis’. Jakarta: Salemba Empat. Approach. New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- [15] Siswanto Sutojo. 2004. “Membangun Citra Perusahaan”. Jakarta: Damar Mulia Pustaka
- [16] Tuan Nakota. 1984. Teori Akuntansi. LPFE UI, edisi 1. Jakarta.
- [17] Zulian, Yamit. 2010. “Manajemen Kualitas Produk & Jasa”. Vol. Edisi Pertama. Yogyakarta : EKONISIA.
- [18] [financeroll.co.id](http://financeroll.co.id) [Diakses tanggal 18 Desember 2016].
- [19] [tempo.co upload](http://tempo.co/upload) [Diakses tanggal 6 januari 2017]
- [20] [detik.com](http://detik.com) [Diakses tanggal 30 Desember 2016 jam 14.15].
- [21] <http://www.beritasatu.com/pasar-modal/356756pendapatan-rp-89-t.html>. [Diakses tanggal 28 Desember 2016 jam 14.00].
- [22] <http://www.sahamok.com/kompas-100-agustus-2016-januari-2017/>. [Diakses tanggal 20 November 2016 jam 11.00].
- [23] <https://sg.finance.yahoo.com>. [Diakses tanggal 21-23 Desember 2016 jam 18.00].
- [24] [http://www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangan dan tahunan.aspx](http://www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangan%20dan%20tahunan.aspx). [Diakses tanggal 5 Desember 2016 jam 10.00] .
- [25] <http://www.britama.com/index.php/2016/03/akhir-tahun-2015-lababersih>. [Diakses tanggal 8 Januari 2017 jam 10.00].