



**ANALISIS VOLUME PENJUALAN MELALUI KEPERCAYAAN
PADA PRODUK PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

TESIS

DJOKO SANTOSA 2210121018

**PROGRAM STUDI MAGISTER MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**



**ANALISIS VOLUME PENJUALAN MELALUI KEPERCAYAAN
PADA PRODUK PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Magister Manajemen**

DJOKO SANTOSA 2210121018

**PROGRAM STUDI MAGISTER MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Djoko Santosa

NIM : 2210121018

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 Mei 2024

Yang Menyatakan



Djoko Santosa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Djoko Santosa
NIM : 2210121018
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S2 Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Tesis saya yang berjudul:

**ANALISIS VOLUME PENJUALAN MELALUI KEPERCAYAAN PADA
PRODUK PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengasihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta Selatan

Pada tanggal : 30 Mei 2024

Yang Menyatakan,



Djoko Santosa

TESIS

ANALISIS VOLUME PENJUALAN MELALUI KEPERCAYAAN PADA
PRODUK PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Djoko Santosa 2210121018

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 30 Mei 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S Manggabarani, SE., M.Si
Ketua Penguji



Dr. Iwan Koesna Setiadi, S.E., M.M
Penguji I



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, CFMP
Penguji II (Pembimbing 1)



Dr. Jubaedah, SE., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M
Kepala Jurusan Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 30 Mei 2024

Analisis Volume Penjualan Melalui Kepercayaan Pada Produk Perusahaan Manufaktur

Oleh Djoko Santosa

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi volume penjualan produk perusahaan manufaktur melalui kepercayaan berdasarkan pengaruh country of origin, brand image dan kualitas produk Semen Dynamix. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Secara purposive sampling digunakan untuk memilih 210 responden, yang dianggap memenuhi kriteria penelitian. Alat uji SmartPLS diuji dengan metode pengolahan data Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa country of origin memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap peningkatan penjualan produk semen Dynamix. Selain itu country of origin, brand image, dan kualitas produk juga memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk semen Dynamix. Penelitian juga menemukan bahwa country of origin, brand image, dan kualitas produk memiliki pengaruh tidak langsung terhadap volume penjualan melalui kepercayaan.

Kata kunci: Country of Origin, Brand Image, Kualitas Produk, Volume Penjualan, Kepercayaan

***Analysis Of The Volume Of Sales Through Product Confidence
In The Manufacturing Companies***

By Djoko Santosa

Abstract

The purpose of this research is to evaluate the sales volume of manufacturing company products through trust based on the influence of country of origin, brand image, and product quality of Semen Dynamix. This study employs a quantitative method. Purposive sampling is used to select 210 respondents deemed to meet the research criteria. The SmartPLS tool is tested using the Structural Equation Modeling (SEM) data processing method. The research findings indicate that country of origin has an influence but is not significant on increasing sales of Semen Dynamix products. Additionally, country of origin, brand image, and product quality also have a significant influence on the sales volume of Semen Dynamix products. The study also found that country of origin, brand image, and product quality have an indirect influence on sales volume through trust.

Keywords: Country of Origin, Brand Image, Product Quality, Sales Volume, Trust



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TESIS SEMESTER GENAP TA. 2023/2024

Hari ini Kamis , tanggal 30 Mei 2024, telah dilaksanakan **Ujian Tesis** bagi mahasiswa :

Nama : **Djoko Santosa**

No.Pokok Mahasiswa : **2210121018**

Program : **Manajemen S.2**

Dengan judul **Tesis** sebagai berikut :

Analisis Volume Penjualan Melalui Kepercayaan Pada Produk Perusahaan Manufaktur
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Mangabarani, SE, M.Si	Ketua	1.
2	Dr. Iwan Kresna Setiadi, S.E., M.M.	Anggota I	2.
3	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 30 Mei 2024
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.2

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I,
M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “**Analisis Volume Penjualan Melalui Kepercayaan Pada Produk Perusahaan Manufaktur**” tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima kasih atas kemudahan birokrasi yang diberikan pada peneliti. Kepada Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M., CRP., CRA selaku Ketua Program Studi S2 Manajemen yang telah memberikan kemudahan birokrasi selama terlebih khusus terkait dengan proses awal pendaftaram tesis hingga tesis ini diselesaikan. Kepada Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si., selaku ketua penguji , Bapak Dr. Iwan Kresna Setiadi, SE., M.M selaku penguji 1 dan Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, CFMP selaku penguji 2 serta pembimbing 1 yang telah memberikan saran dan kritik kepada peneliti hingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., MOS., CPM., CIRR selaku dosen pembimbing 2 dan yang telah memberikan memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun tesis ini. Kepada Ayah dan Ibu yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama penyusunan penelitian ini. Dan Istri tercinta , kedua anak kami yang selalu mendampingi dan telah memberikan doa, bantuan, dorongan serta semangat selama penyusunan penelitian ini. Serta teman-teman satu angkatan dan satu bimbingan penelitian tesis, yang telah berjuang bersama-sama penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat

Jakarta, 30 Mei 2024

Djoko Santosa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN TESIS	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Definisi Pemasaran.....	9
2.1.3 Volume Penjualan	10
2.1.4 Kepercayaan	11
2.1.5 <i>Country Of Origin</i>	14
2.1.6. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	16
2.1.7 Kualitas Produk.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24

2.3. Kerangka Berpikir	35
2.5. Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1 Jenis Data	42
3.4 Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	60
4.1.1. PT Solusi Bangun Indonesia. Tbk.....	60
4.1.2. Deskripsi Data Penelitian	61
4.2 Hasil dan Uji Hipotesis.....	65
4.2.1. Analisa <i>Deskriptif</i>	66
4.2.2. Uji Outer Model.....	69
4.2.4. Uji Validitas	70
4.2.5. Uji Reliabilitas	74
4.2.6. Uji Inner Model	75
4.2.7. Uji <i>Variance Accounted For (VAF)</i>	78
4.2.8. Uji Hipotesis.....	80
4.3. Pembahasan.....	83
4.3.1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Volume Penjualan	83
4.3.2. Pengaruh Country Of Origin terhadap Volume Penjualan	85
4.3.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Volume Penjualan.	86
4.3.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan.	87
4.3.5. Pengaruh <i>Country Of Origin</i> terhadap Volume Penjualan melalui Kepercayaan	89
4.3.6. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Volume Penjualan melalui Kepercayaan	90
4.3.7. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan melalui Kepercayaan ..	91
BAB V PENUTUP	93
5.1 Simpulan.....	93

5.2. Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	97
RIWAYAT HIDUP.....	115
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Volume Penjualan PT Solusi Bangun Indonesia	3
Tabel 2. Jenis Penelitian Terkait	31
Tabel 3. Defenisi Operational	40
Tabel 4. Kisi kisi dalam instrument penelitian	44
Tabel 5. Peringkat jawaban Kuisiener	49
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks Responden	51
Tabel 7. Kategori Reliabilitas Nilai Alpha	55
Tabel 8. Analisis Deskriptif	66
Tabel 9. <i>Loading Factor</i>	70
Tabel 10. Nilai <i>Cross Loading</i>	72
Tabel 11. <i>Average Variant Extracted</i>	73
Tabel 12. <i>Composite Reliability</i>	74
Tabel 13. <i>Cronbach's Alpha</i>	75
Tabel 14. R -Square	77
Tabel 15. Nilai SRMR d_U LS	78
Tabel 16. Hasil Uji <i>Variance Accounted For</i> (VAF).....	79
Tabel 17. T Uji	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perubahan Logo Semen Dynamix	5
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3. Langkah Langkah Pembuatan PLS	52
Gambar 4. <i>Inner Model</i>	52
Gambar 5. <i>Outer Model</i>	53
Gambar 6. Diagram Jalur	54
Gambar 7. Logo Perusahaan PT Solusi Bangun Indonesia	60
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	62
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk ..	64
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
Gambar 14. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	69
Gambar 15. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	76

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Permintaan Semen dan Kapasitas Perusahaan Manufaktur yaitu semen di indonesia.....	2
Grafik 2. Top brand kategori bahan bangunan untuk tipe Semena.....	4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi Kisi Penelitian	100
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	102