

ANALISIS PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MOBIL MITSUBISHI XPANDER ULTIMATE DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA PT SINAR GORONTALO BERLIAN MOTOR MANADO

ANALYSIS OF PEOPLE, PROCESS, AND PHYSICAL EVIDENCE ON MITSUBISHI XPANDER ULTIMATE CAR SALES RATE DURING THE COVID 19 PANDEMIC AT PT SINAR GORONTALO BERLIAN MOTOR MANADO

Oleh:

Billy V. Langapa¹
Willem J.F.A. Tumbuan²
Yunita Mandagie³

¹²³Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

billylangapa@gmail.com¹
alfa.tumbuan@unsrat.ac.id²
mandagiey@unsrat.ac.id³

Abstrak: Penjualan produk yang meningkat merupakan salah satu ukuran keberhasilan strategi pemasaran dalam perusahaan. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis *People, Process, Dan Physical Evidence* Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate Di Masa Pandemi Covid 19 Pada PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado. Penjualan adalah ilmu dari seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli pada tahun 2019 dan 2020 di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado yang berjumlah 182 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan rumus slovin. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 70 orang responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan *People* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan. *Process* secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap tingkat penjualan. *Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan serta berdasarkan pengujian simultan ditemukan bahwa *People, Process dan Physical Evidence* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado.

Kata kunci: *People, process, physical evidence, tingkat penjualan*

Abstract: Increased Product Sales are one measure of the success of Marketing strategies within the company. The purpose of this research is to find out the Analysis of *People, Process, And Physical Evidence* On The Level of Mitsubishi Xpander Ultimate Car Sales Rate During the Covid 19 Pandemic At PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado. Sales is the science of the art of personal influence done by the seller to invite others to be willing to buy the goods or services offered. This study uses an associative approach. The population in this study is buyers in 2019 and 2020 at PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado which numbered 182 People. Sampling techniques used are purposive sampling and slovin formula. The number of samples obtained as many as 70 respondents. Data analysis using multiple linear regression analysis. The results showed *People* partially positively and significantly impacted Sales rate levels. the *Process* partially has an insignificant positive effect on Sales rate levels. *Physical Evidence* has a positive and significant effect on the level of Sales rate and based on simultaneous testing found that *People, Process and Physical Evidence* simultaneously have a significant effect on the level of Sales rate of Mitsubishi Xpander Ultimate Cars in PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado.

Keywords: *People, process, physical evidence, sales rate*

Latar Belakang

Pandemi Covid-19 telah berdampak pada perlambatan ekonomi di berbagai aktivitas bisnis dan penjualan khususnya terjadi pada awal diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di sejumlah kota besar di Indonesia. Strategi bagi pemasaran mempunyai peranan yang sangatlah penting dan di butuhkan untuk mencapai suatu keberhasilan bisnis atau menghadapi persaingan ketat dengan perusahaan sejenis. Oleh karena itu, bidang pemasaran dituntut untuk berperan besar di dalam merealisasikan rencana bisnis sehingga dapat secara terus menerus berinovasi dan menciptakan produk yang menjadi kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dilakukan jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan stabilitas penjualan produk atau jasa yang mereka produksi (Adrianah, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Rakhman, 2018) dalam Karim, Sepang dan Lumanauw (2014) kualitas sumberdaya atau karyawan yang langsung berhubungan dengan konsumen dan yang memberikan informasi langsung kepada konsumen akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, selain itu Process yang berkaitan dengan cara penyampaian produk kepada konsumen akan sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Selain itu hal pokok lainnya adalah *Physical Evidence* atau bukti fisik yaitu sarana prasarana yang ada di perusahaan serta fasilitas yang disediakan akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian dan tentunya akan meningkatkan penjualan produk. Sehingga berdasarkan penelitian *People*, *Process* dan *Physical Evidence* mempengaruhi tingkat penjualan produk, maka ditengah pandemi covid 19 dimana untuk mengambil keputusan pembelian konsumen menjadi sangat berhati – hati untuk berhadapan dengan orang secara langsung, serta semakin memperhatikan proses transaksi yang sesuai protap kesehatan dan melihat sarana prasarana perusahaan yang aman dan nyaman serta sesuai dengan protap kesehatan yang berlaku, maka pada penelitian ini variabel penelitian dibatasi pada tiga variabel, yaitu *People*, *Process* dan *Physical Evidence* (Agustina dan Suprajang, 2016)

Sarana transportasi saat ini yang diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat salah satunya adalah mobil. Ada banyak jenis mobil yang digunakan oleh masyarakat diantaranya jenis Sport Utility Vehicle (SUV) dan Multi Purpose Vehicle (MPV). Kendaraan mobil yang ada di Indonesia yang terkenal salah satunya adalah merek Mitsubishi, diantaranya mobil Xpander Ultimate yang telah menjadi Country's best-selling small MPV di 2018. Hadir sebagai Low MPV modern bergaya SUV yang paling menonjol dan titik utama yang paling memikat eksteriornya. Di mana, dari sisi tampilan fisiknya tersebut, mobil garapan pabrik berlogo tiga berlian ini memiliki rekaan desain yang paling mengadopsi dari desain mobil SUV lalu diimplementasikan secara sempurna yang memberikan visualisasi desain berbeda dari MPV lain dan membuat Xpander Ultimate dari segi kompetisi menjadi mobil futuristik yang mampu bersaing juga bisa unggul di kelasnya sehingga menjadi idaman bagi keluarga. Adapun data penjualan pada penelitian ini sedikit berbeda dengan data pada umumnya, dimana data yang ada diambil per semester tahun 2019 dan 2020 terhitung sejak bulan maret hingga agustus. Dengan jumlah total penjualan adalah 122 unit di tahun 2019 dan 60 unit di tahun 2020.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* terhadap tingkat penjualan mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di Masa Pandemi Covid 19 pada PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel *People* terhadap tingkat penjualan mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di Masa Pandemi Covid 19 pada PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Process* terhadap tingkat penjualan mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di Masa Pandemi Covid 19 pada PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Physical Evidence* terhadap tingkat penjualan mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di Masa Pandemi Covid 19 pada PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

People (Sumberdaya Manusia)

Sumber daya manusia adalah semua pelaku yang mempermainkan perana dalam penyedia jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan (Alhasni dan Ogi, 2014). *People* adalah semua pelaku yang memainkan

peranan penting dalam penyajian produk atau jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembelian. (Swastha dan Sahaja (2014:246) dalam Bahwiyanti dan Sugiannor, 2019).

Process (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan pada konsumen (Deisy dan Mandagie, 2018). Menurut Swastha dan Sahaja (2014:246) dalam Bahwiyanti dan Sugiannor (2019) *Process* adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan produk.

Physical Evidence (Bukti Fisik)

Physical Evidence atau bukti fisik adalah lingkungan tempat jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa dengan konsumen berinteraksi Beserta dengan semua komponen lainnya yang mendukung terwujudnya atau terkomunikasinya jasa (Entaresmen, 2016). Elemen dari *Physical Evidence* termasuk seluruh aspek fasilitas fisik dari organisasi jasa yang terdiri dari atribut eksterior dan interior serta hal berwujud lainnya (Gituma, 2017).

Tingkat Penjualan

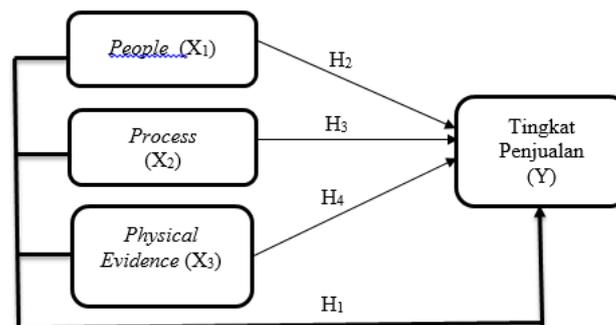
Penjualan adalah ilmu dari seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Swastha, 2002 : 2) dalam Guisi (2018).

Penelitian Terdahulu

Senaen dan Tumbuan (2015) melakukan penelitian tentang Pengaruh *People, Proses, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT Hasrat Abadi Manado*. Hasil penelitian menemukan secara simultan *People, Proses, dan Promosi* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Manajemen PT Hasrat Abadi Manado untuk variabel *People* dan *Proses*, berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota.

Nurlisah (2018) melakukan penelitian tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Lipaq Saqbe Mandar Pada Malolo Group Kabupaten Polewali Mandar. Hasil penelitian ini Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel *People, Process dan Physical Evidence* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan pada Malolo Group, kabupaten Polewali Mandar. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel *People* berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan, sedangkan variabel *Process dan physical evidence* tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teori, 2020

Hipotesis

- H1: Diduga *People, Process, Dan Physical Evidence* Berpengaruh Signifikan Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate
- H2: Diduga *People* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate
- H3: Diduga *Process* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian asosiatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang pengaruh *People*, *Process* dan *Physical Evidence* terhadap tingkat penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi pada penelitian ini adalah pembeli Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado pada tahun 2019 dan 2020 yang berjumlah 182 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik purposive sampling Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah pembeli Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado pada tahun 2019 dan 2020 dan pembeli yang bersedia mengisi kuesioner. Dari jumlah populasi 182 maka didapatkan 64.539 sampel dari rumus Slovin yang kemudian dibulatkan menjadi 70 sampel (70 orang) agar dengan semakin banyak responden maka jawaban penelitian menjadi semakin valid dan reliabel.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara atau kuesioner dilapangan.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu: teknik kuesioner, teknik observasi dan teknik wawancara. Teknik Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden. Teknik Observasi adalah Teknik pengumpulan data dan informasi dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap objek yang diteliti dalam hal ini pengaruh *People*, *Process* dan *Physical Evidence* terhadap tingkat penjualan PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado di Manado. Teknik Wawancara dalam penelitian ini adalah Peneliti mengajukan pertanyaan langsung kepada responden saat melakukan penelitian di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado di Manado.

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear. Ghazali mengemukakan ada beberapa penyimpangan asumsi klasik yang cepat terjadi dalam penggunaan model regresi, yaitu uji normalitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas (Ghozali 2011:105). Dan untuk lebih jelasnya dijabarkan sebagai berikut :

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik akan memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini adalah teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebasnya (Yasa, Lopian dan Jorie, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melakukan deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik (scatterplot) antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual.

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2, dan X3), cara ini digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara beberapa variabel bebas secara serentak terhadap variabel terkait dan dinyatakan dengan rumus. Persamaan umum regresi berganda adalah sebagai berikut: $Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \varepsilon$

Pengujian Hipotesis

Uji F (simultan)

Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan variabel-variabel independen terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian yang menggunakan p value atau F hitung menurut Ghozali (2016: 99) adalah jika p value < 0,05 atau F hitung \geq F tabel maka Ha diterima. Sebaliknya, jika p value \geq 0,05 atau F hitung < F tabel maka Ha ditolak.

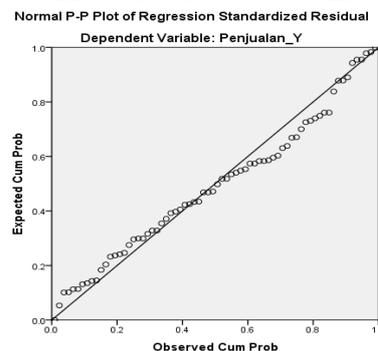
Uji t (Parsial)

Uji Parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini menurut Ghozali (2016: 99) adalah jika p value < 0,05 maka Ha diterima. Sebaliknya, jika p value \geq 0,05 maka Ha ditolak. menjelaskan variasi variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik P-P Plot

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan gambar 2. terlihat bahwa titik-titik variabel berada di sekitar garis $Y=X$ atau menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

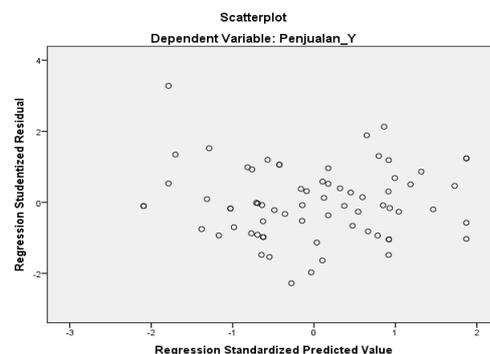
Model	Tolerance	Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	VIF
1	(Constant)		
	People_X1	.565	1.771
	Process_X2	.630	1.586
	Physical_Evidence_X3	.593	1.686

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan_Y

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1 nilai *tolerance value* > 0,10 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada ketiga variabel independen tersebut tidak terdapat hubungan multikolinieritas dan dapat digunakan untuk memprediksi *People*, *Process* dan *Physical Evidence* terhadap tingkat penjualan.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Grafik Scatterplot

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan pada hasil output gambar 3. menunjukkan bahwa koefisien parameter untuk semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas dilihat dari scatterplot yang menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 2. Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
Model		B	Std. Error
1	(Constant)	2.201	1.067
	<i>People_X1</i>	.184	.068
	<i>Process_X2</i>	.010	.077
	<i>Physical_Evidence_X3</i>	.722	.058

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan_Y

Sumber : Data diolah, 2021

Analisis dari Tabel 2. dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.201 + 0.184X_1 + 0.010X_2 + 0.722X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Tabel 3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	529.373	3	176.458	116.380	.000 ^b
	Residual	100.070	66	1.516		
	Total	629.443	69			

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan_Y

b. Predictors: (Constant), *Physical_Evidence_X3*, *Process_X2*, *People_X1*

Sumber : Data diolah, 2021

Tabel 3. untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan, dilakukan dengan uji F. Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 116.380 dengan tingkat signifikansi 0.000, Karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($15.269 > 2.74$) maka dapat dinyatakan *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara bersama – sama/simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

Tabel 4. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.064	.043
	<i>People_X1</i>	2.696	.009
	<i>Process_X2</i>	.127	.899
	<i>Physical_Evidence_X3</i>	12.507	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan_Y

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa :

1. Untuk variabel *People* (X1) sebesar 2.696 lebih besar dibandingkan t tabel yang bernilai 1.99656. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.009. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *People* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan.
2. Untuk variabel *Process* (X2) sebesar 0.127 lebih kecil dibandingkan t tabel yang bernilai 1.99656. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.899. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Process* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap tingkat penjualan.
3. Untuk variabel *Physical Evidence* (X3) adalah sebesar 12.507 lebih besar dibandingkan t tabel yang bernilai 1.99656. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Physical Evidence* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Model Summary

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.917 ^a	.841	.834	1.23135	2.282	

a. Predictors: (Constant), *Physical_Evidence_X3*, *Process_X2*, *People_X1*

b. Dependent Variable: Tingkat Penjualan_Y

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5. Menunjukkan nilai R square atau koefisien sebesar 0.841 maka dapat diketahui nilai R² yang dihasilkan sebesar 0.841 atau 84.10%. Angka ini menjelaskan bahwa tingkat penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado dipengaruhi oleh *People*, *Process* dan *Physical Evidence* sebesar 84.10%, sedangkan sisanya sebesar 15.90% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *People* Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa *People* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan. Hal ini berarti semakin meningkat *People* maka tingkat penjualan akan semakin meningkat, dalam suatu perusahaan sikap seorang pegawai dalam melayani konsumen sangat penting selain itu motivasi pegawai dan hubungan yang baik dengan konsumen akan sangat mempengaruhi bagaimana konsumen melihat produk dan pada akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian. Pegawai adalah mereka yang menyampaikan produk atau jasa kepada konsumen sehingga pegawai merupakan salah satu factor penting dalam meningkat atau menurunnya penjualan. Dengan adanya pegawai yang memberikan pelayanan yang membuat konsumen merasa nyaman maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk sehingga penjualan atas produk tersebut akan meningkat.

Pengaruh *Process* Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa *Process* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap tingkat penjualan, hal ini berarti walaupun secara tidak signifikan namun semakin baik *Process* maka penjualan akan meningkat. Proses yang tidak berbelit-belit dan cepat tentunya akan membuat konsumen merasa nyaman untuk berbelanja ditengah kondisi pandemi covid 19 saat ini, perusahaan dituntut untuk menyelenggarakan setiap proses transaksi bukan hanya dengan nyaman namun aman dan sesuai dengan protokol kesehatan, sehingga masyarakat akan merasa aman untuk melakukan pembelian, sehingga dengan *Process* yang aman dan nyaman yang disediakan maka penjualan produk akan meningkat.

Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa *Physical Evidence* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan. Hal ini berarti semakin meningkat *Physical Evidence* maka akan semakin meningkatkan penjualan. *Physical Evidence* atau bukti fisik adalah terkait dengan setiap fasilitas fisik dan sarana prasarana yang disediakan perusahaan dalam menunjang operasional perusahaan, suhu ruangan, tata letak produk yang secara keseluruhan sangat mempengaruhi tingkat penjualan produk, dimana selain dari kualitas suatu produk konsumen cenderung membeli produk ditempat yang nyaman karena bisa memilih dan mempertimbangkan dengan lebih leluasa produk apa yang pada akhirnya akan dibeli. Pada penelitian ini sarana prasarana, fasilitas, keadaan ruangan, layout produk dan pegawai yang melayani merupakan daya tarik paling besar yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk sehingga penjualan mengalami peningkatan. Ditengah kondisi pandemi covid 19, PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado di Manado terus melakukan sanitasi dan penyemprotan disinfektan terhadap setiap fasilitas fisik dan ruangan sehingga dalam melakukan transaksi konsumen tidak perlu khawatir akan tertular wabah virus corona, sistem pemeriksaan kesehatan melalui termoscanner juga diterapkan untuk menjaga agar semua orang yang masuk di dalam PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado di Manado berada pada kondisi yang sehat.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. *People, Process dan Physical Evidence* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado pada Masa Pandemi Covid 19.
2. *People* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado pada Masa Pandemi Covid 19.
3. *Process* secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap tingkat Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado pada Masa Pandemi Covid 19.
4. *Physical Evidence* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Ultimate di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado pada Masa Pandemi Covid 19.

Saran

Saran dari peneitian ini adalah:

1. Bagi PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Manado, *People* terbukti berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan sehingga pihak perusahaan sebaiknya memperhatikan faktor pegawai yang ditempatkan sebagai mereka yang berhubungan langsung dengan konsumen, perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan bagaimana cara yang tepat dalam melayani konsumen, perusahaan sebaiknya melaksanakan dan mengevaluasi kualitas SDM yang berhubungan langsung dengan konsumen. *Process* terbukti memiliki hubungan yang positif dengan tingkat penjualan sehingga pihak perusahaan sebaiknya semakin berinovasi dalam menciptakan prosedur yang efisien dan cepat bagi konsumen tentunya di masa pandemi covid 19 perusahaan sebaiknya menciptakan inovasi pelayanan yang bukan hanya memberi rasa nyaman tetapi juga rasa aman kepada konsumen. *Physical Evidence* terbukti memiliki hubungan yang positif dengan tingkat penjualan sehingga pihak perusahaan sebaiknya semakin memperhatikan setiap sarana – prasarana, fasilitas fisik, desain layout agar konsumen semakin tertarik untuk berkunjung dan melakukan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya Diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan Manajemen Sumber Daya Manusia, Khususnya untuk karakteristik *human relation*, lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan yang masih belum banyak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianah .2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT Ardan Masogi Tbk Di Kota Pare-Pare *Jurnal Economic* Vol. 5, No. 1 <https://ojs.unm.ac.id/econoMix/article/download/12950/7529&sa=U&ved=2ahUKEwjW7fnrrZ3vAhWOfH0KHfgcBL84FBAWMAR6BAgAEAE&usg=AOvVaw0na2FNYKLachqnylZhBFSu> (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Agustina, W.W., Suprajang, S.E. 2016. Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Bauran Pemasaran Holistic (People, Process, Program, Perfomance) Pada Perusahaan Kacang Shanghai PT Suling Mas Tri Tunggal Abadi Ngunut Tulungagung. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* Vol. 3, No. 1 <http://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/download/258/361&> (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Alhasni, A., Ogi, I. 2014. Iklan Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Penjualan Mobil Toyota Avanza Pada PT Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 2, No. 2 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/4483/4012> (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Bahwiyanti, J., Sugiannor. 2018. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV Paris Banjarbaru. *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* Vol. 4, No. 1 <https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/jieb/article/download/189/160/&> (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Deisy, M., Lopian, J., Mandagie, Y. 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai –Gerai Seluler Di IT Center Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 6, No. 4 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20997/20709> (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Entaresmen, R.A. 2016. Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 9, No. 1 <https://trijurnal.llemlit.trisakti.ac.id/jasa/article/download/1416/1691> (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Gituma, M.M. 2017. Effects Of Marketing Mix On Sales Performance: A Case Of Unga Feeds Limited. *International Journal of Economics* Vol. 1, Issue.1 <http://erepo.usiu.ac.ke/bitstream/handle/11732/3664/michael%20mwenda%20gituma%20mba%202017.pdf> (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Guisi, Z.Z. 2018. The Effect Of Marketing Mixed Strategy On Marketing Performance And Competitive Excellence In Shopping Mall In Badung And Denpasar Regency. *JAGADHITA: Journal Economics And Business*, Vol. 5, No 1. <https://www.semanticscholar.org/paper/Effects-of-4ps-Marketing-Mix - Kiprotich/bdecc455c18434503f2cb2e743f7fbd580f6c6f5.pdf>. (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Ghozali, I. 2011:52-53. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016:95. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karim, D., Sepang, J.L., Lumanauw, B. 2014. Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal EMBA* Vol. 2, No. 2 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/4006/3520> (Diakses Pada 18 Januari 2020)
- Nurlisah. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Lipaq Saqbe Mandar Pada Malolo Group Kabupaten Polewali Mandar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi* Vol. 1, No. 1 http://repositori.uinalauddin.ac.id/8706/1/Nurlisah_opt.pdf (Diakses Pada 18 Januari 2020)

Senaen, L.F., Tumbuan, W.J.F.A. 2015. Pengaruh People, Proses dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA* Vol 3 No 1, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7105/6617> (Diakses Pada 18 Januari 2020)

Sugiyono. 2018:67. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Yasa, I.M.S., Lopian, S.L.H.V.J., Jorie, R.J. 2018. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Nutrition Shake Herbalife Di Empat Rumah Nutrisi Kota Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 6 , No. 4 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/20917/20604> (Diakses Pada 18 Januari 2020)

