

ABSTRAK

Dalam perusahaan dagang, konsumen merupakan kunci dari hidup-matinya perusahaan tersebut, karena itu perusahaan dagang selalu mengutamakan kepentingan konsumen, ketika sebuah transaksi terjadi di dalam perusahaan. Untuk melaksanakan penjualan yang baik perlu dilakukan suatu pengendalian terhadap Karyawan dengan memperhatikan segala aspeknya sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Maka manajemen dituntut untuk dapat memiliki strategi baik dalam mengelola sumber daya didalamnya terutama sumber daya manusia yang sering kali menjadi penentu dalam perusahaan dagang. Oleh sebab itu, Sistem Pengendalian Manajemen mempunyai pengaruh penting dalam pemecahan masalah dan pengambilan keputusan. Sistem Pengendalian Manajemen juga harus dapat memahami keadaan yang sedang terjadi di dalam perusahaan tersebut, entah keadaan yang terjadi baik secara luar dan dalam. Sistem Pengendalian Manajemen juga harus luas cakupannya tidak hanya mencakup pengendalian, tetapi juga hal-hal lain yang cukup fatal di dalam perusahaan, terutama pengendalian Sumber daya manusia. Agar Sistem Pengendalian Manajemen dapat berperan dengan baik maka manajemen perusahaan harus paham atas sistem di dalam perusahaan tersebut dan terbuka terhadap saran dan perbaikan untuk dapat bekerja secara optimal.

Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai peranan Sistem Pengendalian Manajemen pada PT.X, Bandung dengan menghasilkan persamaan regresi $Y = 3,796 + -0,009X_1 + \epsilon_i$ yang artinya Sistem Pengendalian Manajemen atas Sumber daya manusia berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif analitis dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara dengan staf, serta melalui kuesioner. Dari hasil penelitian yang dilakukan, Sistem Pengendalian Manajemen atas Sumber Daya manusia pada PT.X dipegang oleh Kepala Bagian Penjualan dan juga terhadap konsumen PT.X. Hasil dari kuesioner tersebut adalah 32 pernyataan valid dari 32 pernyataan untuk variable *Dependent* dan 23 pertanyaan valid dari 24 pertanyaan untuk variable *Independent*, data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian hipotesis bahwa: "Sistem Pengendalian Manajemen atas sumber daya manusia berperan dalam mengendalikan kegiatan penjualan guna meningkatkan minat beli konsumen" Dapat diterima.

Kata Kunci: Sistem Pengendalian Manajemen, Sumber Daya Manusia, dan Minat Beli Konsumen.

ABSTRACTION

In a trading company, the consumer is the key of life-death of the enterprise, because it is a trading company always put the interests of consumers, when a transaction occurs in perusahaan. Untuk implement a good sales should be a control on the Employees with respect to all its aspects so that the intended purpose set can be achieved. The management required to have a good strategy in managing resources therein, especially human resources is often a determinant in the trading company. Therefore, the Management Control System has an important influence in problem solving and decision making. Management Control System must also be able to understand the situation that is going on within the company, whether circumstances that occur both outside and inside. Management Control System must also be broad in scope not only includes the control, but also other things that quite fatal in the company, especially the control of human resources. For Management Control System can play well then the company management must understand the system within the company and open to suggestions and improvements to be working optimally.

Based on this background in mind, the author interested in conducting research on the role of Management Control Systems in PT.X, Bandung with regression equation $Y = -0.009 + 3.796 X_1 + \epsilon_i$ which means Control System for Management of human resources influence consumer purchase interest . The author did this research using descriptive analytical method by collecting primary data through interviews with staff, as well as through questionnaires. From the results of research conducted, Management Control System for Human Resources at PT.X held by the Head of Sales and also to consumers PT.X. The results of these questionnaires was 32 of 32 valid declaration statements for variables Dependent and 23 valid questions from 24 questions to the Independent variables, the data is normal distribution. Thus the hypothesis that: "Management Control Systems for human resources play a role in controlling the sales activities in order to increase consumer buying interest" Acceptable.

Keywords: Management Control Systems , Human Resources, and Consumer Purchase Interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Sistem Pengendalian Manajemen	5
2.1.1 Sistem	5

2.1.2	Sistem Pengendalian.....	7
2.1.2.1	Kontrol Tugas atau <i>Task Control</i>	7
2.1.2.2	Kontrol Manajemen atau Management Control.....	14
2.1.3	Manajemen	16
2.1.3.1	Manajemen Perencanaan dan Sistem Pengendalian	18
2.2	Sumber Daya Manusia	19
2.3	Perilaku Konsumen	26
2.3.1	Pengertian Perilaku Konsumen	26
2.3.2	Model Perilaku Konsumen	27
2.3.3	Persepsi Konsumen.....	30
2.3.4	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
2.4	Kerangka Pemikiran.....	33
2.5	Hipotesis.....	37
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		38
3.1	Objek Penelitian.....	38
3.1.1	Sejarah Perusahaan	38
3.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	39
3.2.1	Struktur Organisasi	39
3.2.2	Uraian Tugas.....	41
3.3	Metode Penelitian	47
3.3.1	Jenis Penelitian	48
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	48

3.3.3	Operasionalisasi Variabel	29
3.3.4	Penetapan Indikator Variabel	29
3.4	Pengujian Data.....	47
3.4.1	Metode Analisis Data	48
3.4.2	Uji Validitas.....	48
3.4.3	Uji Reabilitas	55
3.5	Teknik Pengujian Hipotesis.....	56
3.6	Uji Normalitas	56
3.6.1	Penerapan Taraf Signifikan	57
3.6.2	Uji Heterokedastisitas	58
3.6.3	Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	58
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Hasil Pengumpulan Data	59
4.1.1	Deskripsi Responden	59
4.1.2	Hasil Analisis Data	60
4.2	Hasil Uji Validitas	67
4.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	70
4.4	Persamaan Model Regresi	71
4.5	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	72
4.6	Uji Heterokedastisitas	73
4.7	Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial	74

4.7.1 Pengaruh SPM atas SDM Guna Meningkatkan Minat beli konsumen.....	75
4.8 Pembahasan	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Simpulan	81
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	109

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I	<i>Black Box Model</i>	28
Tabel II	Operasional Variabel	52
Tabel II	Profil Responden	59
Tabel IV	Data Hasil Pernyataan Hasil Pernyataan Peranan <i>SPM atas SDM (X)</i> dengan Indikator <i>Motivator Factors SDM</i> dalam Perusahaan....	61
Tabel V	Data Hasil Pernyataan Peranan <i>SPM atas SDM (X)</i> dengan Indikator <i>Hygiene Factors SDM</i>	62
Tabel VI	Data Hasil Pernyataan Peranan Controller (X) dengan Indikator Fungsi-fungsi Controllershship	62
Tabel VII	Data Hasil Pernyataan Pernyataan SDM Guna Meningkatkan Minat beli konsumen(Y) dengan Indikator Stimulus Lingkungan pembeli dan penjual	64
Tabel VIII	Data Hasil Pernyataan SDM Guna Meningkatkan Minat beli dengan Indikator konsumen (Y) dengan Indikator Proses keputusan.....	65
Tabel IX	Data Hasil Pernyataan Data Hasil Pernyataan SDM Guna Meningkatkan Minat beli konsumen (Y) dengan Indikator Karakteristik Pembeli	66
Tabel X	Hasil Uji Validitas Variabel SPM Atas SDM (X).....	67
Tabel XI	Hasil Hasil Uji Validitas Variabel Minat beli konsumen (Y).....	69
Tabel XII	Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel XIII	Koefisien Regresi	71
Tabel XIV	Uji Normalitas	73
Tabel XV	Koefisien Regresi	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I Model Perilaku Konsumen.....	28
Gambar II Uji Heterokedastisitas.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	88
Lampiran B Hasil Tabulasi Data.....	94
Lampiran C Hasil SPSS	102
Lampiran D Surat Pernyataan	109
Lampiran E Riwayat Penulis	110

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Robert N. and Vijay Govindarajan, 2001, *Management Control System*. Tenth Edition. Singapore: McGraw-Hill
- Assauri, Sofyan, SE, MBA., Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, Edisi Pertama, Cetakan Ke empat, Penerbit Rajawali, Jakarta, 2001
- Djaewanto dan Subagyo, Pangestu. 1997. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 2*. Semarang : UNDIP
- Hadi, Sutrisno. 2000. *Metodologi Reserch*. Yogyakarta : Fakultas Psikologi UGM
- Hartono, Jogiyanto. ,2008,. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Edisi 2008, BPFE, Yogyakarta.
- Kohler, Eric L., 1994, *A Dictionary for Accountant*, 6th Edition, New Delhi: Prentice Hall of India.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- R. Meyer and E.J. Johnson,1995, *generalizations in the modeling of consumer choice*, Marketing Science 14.
- Boris Beizer, 1995, *Black-Box Testing: Techniques for Functional Testing of Software and Systems*, first edition, US
- Martin J. Pring, 2002, *Breaking the Black Box*, McGraw-Hill.
- Kotler, Philip; Gary Armstrong, Veronica Wong, John Saunders ,2008,. "*Marketing defined*". *Principles of marketing* ,5th ed.,.
- Kotler, Philip; Gary Armstrong, Veronica Wong, John Saunders ,2008,. "*Marketing defined*". *Principles of marketing* ,5th ed.,. p. 17. "*The Definition of Marketing*". American Marketing Association.
- Kotler, Philip; Kevin Lane Keller ,2009,. "1". *A Framework for Marketing Management* ,4th ed.,. Pearson Prentice Hall.

- Adcock, Dennis; Al Halborg, Caroline Ross ,2001,. "Introduction". *Marketing: principles and practice* ,4th ed.,
- Dev, Chekitan S.; Don E. Schultz ,January/February 2005,. "In the Mix: A Customer-Focused Approach Can Bring the Current Marketing Mix into the 21st Century". *Marketing Management* 14 ,1,.
- Greer, Charles R. *Strategy and Human Resources: a General Managerial Perspective*. New Jersey: Prentice Hall, 1995.
- H. Hadari Nawawi. "Manajemen Sumber Daya Manusia: untuk bisnis yang kompetitif. Gajah Mada University Press: 2008. Bulaksumur, Yogyakarta, 55281
- Baum, William M. ,1994,. *Understanding behaviorism: science, behavior, and culture*. New York, NY: HarperCollins College Publishers.
- Moxley, RA ,2004,. "Pragmatic selectionism: The philosophy of behavior analysis" ,pdf,. *The Behavior Analyst Today* 5 ,1,: 108–125
- Skinner, B.F. ,1991,. *The Behavior of Organisms*. Copley Pub Group.
- Commons, ML ,2001,. "A short history of the Society for the Quantitative Analysis of Behavior" ,pdf,. *Behavior Analyst Today* 2 ,3,: 275–279.
- MacCorquodale, K. ,1970,. "On Chomsky's Review of Skinner's VERBAL BEHAVIOR". *Journal of the Experimental Analysis of Behavior* 13 ,1,: 83–99
- Skinner, B.F. ,1969,. *Contingencies of reinforcement: a theoretical analysis*. Appleton-Century-Crofts. p. 283.
- Hayes, S.C., Barnes-Holmes, D., & Roche, B. ,2001, *Relational Frame Theory: A Post-Skinnerian account of human language and cognition*. Kluwer Academic: New York.
- Otley, D., 1994. *Management coontrol in contemporary organizations: towards a wider framework*, *Management Accounting Research*, 5, 289-299.
- Anthony, R. and Govindarajan, V., 2007. *Management Control Systems*, Chicago, Mc-Graw-Hill
- Anthony, R. and Young, D., 1999. *Management control in nonprofit organizations*, Boston, Irwin McGraw-Hill.

