

ABSTRACT

Company need to calculate their cost of quality in production activities. Then, the company possible to produce high quality products, customer satisfaction can be achieved, demand and also increasing company sales. This research has purpose to determine whether the increase in the cost of quality is followed by an increase in sales, how the classification of company's quality costs, and how the influence of quality cost to sales of company. Research data is quality cost and company's sales from 2006 until 2013. Research method using descriptive associative approach. Methods of data analysis using multiple regression analysis. Statistical data processing assisted with SPSS version 17. Analysis result proved that the increase in the cost of quality is followed by an increase in sales, the company cost of quality is classified in very high category which exceed 2,5 % of total sales, and the cost of quality have a very strong and significant effect on sales. The influence on the quality cost of sales amounted to 91.3 %, and the remaining 8.7% is influenced by other variables were not examined.

Keywords: cost of quality, sales, customer satisfaction

ABSTRAK

Perusahaan harus mampu melakukan perhitungan biaya kualitas dengan optimal dalam setiap kegiatan produksinya. Dengan begitu, barang yang dihasilkan memiliki kualitas baik, sehingga kepuasan konsumen bisa tercapai dan juga mampu meningkatkan penjualan dari perusahaan tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah peningkatan biaya kualitas diikuti oleh peningkatan penjualan, bagaimana penggolongan biaya kualitas perusahaan, dan bagaimana pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif asosiatif. Data yang digunakan adalah biaya kualitas dan penjualan perusahaan tahun 2006 sampai 2013. Metode analisis data menggunakan analisa regresi berganda. Pengolahan data statistik dilakukan dengan bantuan program *SPSS versi 17*. Hasil analisis penelitian membuktikan bahwa peningkatan biaya kualitas diikuti oleh peningkatan penjualan, biaya kualitas perusahaan tergolong sangat tinggi karena jauh melebihi 2,5 % dari total penjualan, dan biaya kualitas memiliki hubungan yang sangat kuat dan berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Besarnya pengaruh biaya kualitas terhadap penjualan adalah sebesar 91,3 %, dan sisanya sebesar 8,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata-kata kunci : biaya kualitas, penjualan, kepuasan konsumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Biaya.....	6
2.1.2 Pengertian Biaya.....	6
2.1.3 Penggolongan Biaya.....	7
2.1.4 Pengertian Kualitas.....	9
2.1.5 Dimensi Kualitas.....	10
2.1.6 Pengukuran Kualitas.....	12
2.1.7 Biaya Kualitas (<i>Cost of Quality</i>)	14
2.1.8 Pengertian (<i>Cost of Quality</i>)	14
2.1.9 Aktivitas <i>Cost of Quality</i>	15
2.1.10 Elemen <i>Cost Of Quality</i>	16
2.1.11 Penggolongan Biaya Kualitas.....	19
2.1.12 Alat Pengendalian Kualitas.....	23
2.1.13 Manfaat Biaya Kualitas.....	24
2.1.14 Penjualan.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Objek Penelitian.....	29
3.2 Subyek Penelitian.....	29
3.3 Tugas dan Tanggung Jawab.....	30
3.4 Metode Penelitian.....	36
3.4.1 Operasionalisasi Variabel.....	36
3.4.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.3 Teknik Sampling.....	38
3.4.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.5 Model Penelitian.....	40
3.5 Pengembangan Hipotesis Statistik.....	40
3.6 Metode Analisis Data.....	41
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.6.2 Analisis Pengaruh (Analisis Asosiatif)	42
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.8 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	48
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	52

4.1.2	Biaya Kualitas dan Penjualan Perusahaan.....	53
4.1.3	Analisis Deskriptif.....	56
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.1.5	Analisis Asosiatif.....	64
4.1.6	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	68
4.2	Pembahasan.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Simpulan.....	72
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		
CURRICULUM VITAE		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Model Penelitian.....	40
Gambar 2 Model Regresi Berganda.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Operasional Variabel.....36
Tabel II	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....45
Tabel III	Penggolongan Komponen Biaya Kualitas Pada PT. Anugerah Bumi Cemerlang.....54
Tabel IV	Biaya Kualitas Pada PT. Anugerah Bumi Cemerlang Tahun 2006-2013 (dalam ribuan rupiah)55
Tabel V	Penjualan Pada PT. Anugerah Bumi Cemerlang Tahun 2006-2013.....55
Tabel VI	Deskriptif Penelitian (dalam jutaan rupiah).....56
Tabel VII	Hasil Uji <i>Outliers</i>59
Tabel VIII	Hasil Uji Normalitas.....60
Tabel IX	Hasil Uji Multikolinearitas.....61
Tabel X	Hasil Uji Multikolinearitas Lanjutan.....61
Tabel XI	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....63
Tabel XII	Hasil Uji Autokorelasi.....64
Tabel XIII	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....65
Tabel XIV	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....66
Tabel XV	Hasil Regresi Linear Sederhana.....67
Tabel XVI	Hasil Uji t.....69
Tabel XVII	Hasil Uji F.....70

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik I	Grafik Trend Multi Periode Total Biaya Kualitas Dari Penjualan.....57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Struktur Organisasi Perusahaan
Lampiran B	Biaya Kualitas dan Penjualan PT. Anugerah Bumi Cemerlang
Lampiran C	Hasil Analisis SPSS Versi 17 dan Excel.