

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori yang terkait dengan Variabel Penelitian

1) Manajemen Sumber Daya Manusia

a. Pengertian Sumber Daya Manusia

Keberhasilan suatu perusahaan terutama ditentukan oleh sumber daya manusianya, dimana sumber daya manusia yang baik akan mendukung tujuan organisasi. Sumber daya manusia juga merupakan unsur pertama dan utama dalam setiap kegiatan yang dilakukan; peralatan canggih pun tidak akan berarti apa-apa tanpa sumber daya manusia (SDM).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gubbins et al. (2018), Peran Manajemen SDM diakui dalam menjalankan aspek SDM yang sangat menentukan bagi terwujudnya tujuan agar kebijakan dan praktik dapat berjalan sesuai keinginan perusahaan. Namun pengaturan unsur manusia itu rumit karena manusia memiliki pikiran, perasaan, keinginan, status, dan sebagainya yang tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh organisasi. HRM memeriksa fungsi manajerial berikut: 1) Perencanaan; 2) Pengorganisasian; 3) Memimpin; dan 4) Pengendalian. Setiap kegiatan atau fungsi operasional sumber daya manusia, mulai dari rekrutmen, seleksi, pelatihan, dan pengembangan, hingga penempatan, yang meliputi promosi, demosi, dan mutasi, penilaian kinerja, kompensasi, dan hubungan kerja, ditujukan untuk meningkatkan kontribusi produktif sumber daya manusia organisasi. untuk tujuan organisasi.

b. Tujuan Sumber Daya Manusia

Menurut Sedarmayanti, penulis buku Sumber Daya manusia dan Produktivitas Kerja (2009): Tujuan manajemen sumber daya manusia terdapat 4 tujuan, yakni:

1) Tujuan Sosial

Tujuan ini adalah organisasi bertanggung jawab secara social terhadap tantangan dan keperluan yang terjadi di

masyarakat khususnya di ruang lingkup organisasi dan mengurangi efek dampak negative atau merugikan yang muncul.

2) Tujuan Organisasional

Tujuan manajemen sebagai organisasional adalah sasaran-sasaran formal yang disusun guna membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Tujuan ini mengenalkan bahwa manajemen sumber daya manusia itu ada (exist).

3) Tujuan Fungsional

Tujuan Manajemen sumber daya manusia selanjutnya adalah tujuan fungsional atau functional objective. Yakni untuk mempertahankan kontribusi dari sumber daya manusia di tiap departemen perusahaan yang dibutuhkan. Sumber daya tersebut dipelihara agar memberikan kontribusi yang optimal.

4) Tujuan Individu atau Tujuan Pribadi

Dalam organisasi juga harus diperhatikan oleh setiap manajer, terutama manajemen sumber daya manusia, dan harus diarahkan dengan tujuan organisasi secara keseluruhan (overall, organizational objectives).

c. Fungsi Sumber Daya Manusia

Fungsi-fungsi manajemen yang berarti adalah segenap kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai kegiatan yang telah ditetapkan dengan cara yang diatur sedemikian rupa dan sistematis sehingga tujuan dapat tercapai secara tertib, efektif dan efisiensi. Menurut Dessler (200:2), bahwa fungsi manajemen ada 5, yaitu:

- 1) Perencanaan
- 2) Pengorganisasian
- 3) Penstafan
- 4) Pemimpin
- 5) Pengendalian

Berdasarkan fungsi manajemen diatas, perencanaan merupakan dasar fundamental manajemen yang terlebih dahulu

dibuat dan direncanakan untuk masa akan datang, agar resiko yang ditanggung relatif kecil. Pengorganisasian merupakan suatu proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan bersama. Penstafan merupakan suatu proses memutuskan tipe atau jenis orang yang akan dipekerjakan, merekrut calon karyawan, mengevaluasi kinerja, menyuluh karyawan, melatih dan mengembangkan karyawan. Pemimpinan merupakan proses cara membuat orang lain menyelesaikan pekerjaan, mempertahankan semangat kerja, dan memotivasi bawahan. Pengendalian merupakan proses pengamatan terhadap pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Peningkatan kualitas

a. Pengertian Peningkatan Kualitas

Pengertian peningkatan secara epistemologi adalah menaikkan derajat taraf dan sebagainya mempertinggi memperhebat produksi dan sebagainya, proses cara perbuatan meningkatkan usaha kegiatan dan sebagainya. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Menurut Edward Sallis mutu adalah sebuah filsafis dan metodologis yang membantu institusi untuk merencanakan perubahan dan mengatur agenda dalam menghadapi tekanan-tekanan eksternal yang berlebihan. Menurut Sumayang menyatakan quality, mutu adalah tingkat dimana rancangan spesifikasi sebuah produk barang dan jasa sesuai dengan fungsi dan penggunaannya disamping itu quality adalah tingkat dimana sebuah produk barang dan jasa sesuai dengan rancangan spesifikasinya berdasarkan pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa mutu (quality) adalah sebuah filsosofis dan

metodologis tentang (ukuran) dan tingkat baik buruk suatu benda, yang membantu institusi untuk merencanakan perubahan dan mengatur agenda rancangan spesifikasi sebuah produk barang dan jasa sesuai dengan fungsi dan penggunaannya.

Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

b. Tujuan Peningkatan Kualitas

Menurut Oentoro (2012:111), tujuan produk yang diproduksi untuk mencapai persaingan sebagai berikut:

- 1) Fitur produk merupakan sebuah produk yang memiliki karakteristik sifat yang berbeda.
- 2) Manfaat produk merupakan manfaat fitur produk bagi pelanggan.
- 3) Desain produk merupakan fungsi produk yang mempunyai manfaat sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan.
- 4) Kualitas produk merupakan spesifikasi produk yang sesuai dengan kinerja produk dan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Peningkatan Kualitas

Menurut Assauri (2009:362), ada 9 faktor yang mempengaruhi kualitas produk yang biasanya dikenal dengan 9M, yaitu : *Market* (pasar), *Money* (uang), *Management* (manajemen), *Men* (manusia), *Motivation* (motivasi), *Material*, *Machine* dan *Mechanization* (bahan, mesin, dan mekanisasi), *Modern Information Method* (metode informasi modern, *Mounting Product Requirement* (persyaratan proses produksi).

d. Indikator Peningkatan Kualitas

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:329) terdapat enam elemen kualitas produk dan hal ini dijadikan sebagai indikator peningkatan kualitas produk diantaranya:

- 1) Kinerja
- 2) Realiabiitas,
- 3) Fitur
- 4) Keawetan (durability)
- 5) Konsistensi
- 6) Desain

Dari pendapat Sangadji dan Sopiah di atas, dapat diketahui bahwa elemen kualitas produk merupakan suatu indikator yang dijadikan untuk mengukur apakah produk tersebut memiliki kualitas atau tidak. Sifat khas kualitas suatu produk yang handal harus mempunyai dimensi, karena harus memberi kepuasan dan nilai manfaat yang besar bagi konsumen dengan melalui berbagai cara.

3. Perencanaan Strategi Bisnis

a. Pengertian Perencanaan Strategi Bisnis

Pelaksanaan semua fungsi manajemen harus diawali dengan perencanaan, Menurut Hariadi (2003: 34) Strategi bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut. Terry (1986) mendefinisikan perencanaan sebagai suatu kumpulan keputusan untuk mempersiapkan tindakan-tindakan dimasa mendatang. Sementara Kadarman et. Al., (1996) menyimpulkan perencanaan sebagai suatu proses menentukan sasaran yang ingin dicapai, tindakan yang seharusnya dilaksanakan, bentuk organisasi yang tepat untuk mencapainya dan sumber daya manusia yang bertanggung jawab terhadap kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan

Secara definitif, Stoner dan Wankel (1993) memperkenalkan perencanaan strategis (*strategic planing*) sebagai proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan kebijakan dan program yang diperlukan untuk mencapai sasara tertentu dalam rangka mencapai tujuan dan penetapan metode yang dibutuhkan guna menjaminagar bijaksanaan dan program strategis itu dapat dilaksanakan. Defiini ini dapat menjadi proses perencanaan jangka panjang yang besifat formal untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi (Widjayakusuma dan Yusanto, 2002)

b. Tujuan Perencanaan strategi Bisnis

Menurut (Rambat,2011) tujuan perencanaan strategi bisnis adalah suatu pemikiran strategik (*stategic thinking*) dari para pemilik usaha, strategi tidak harus bersifat formal namun pemikiran strategik ini setidaknya menyintesisakan intuisi dan kreativitas wirausaha ke dalam visi masa depan. Sebagaimana upaya untuk meningkatkan keunggulan bersaing, perlu ditelaah lebih jauh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perencanaan Strategi Bisnis

Menurut Niven dalam Lianto (2011:16-17) menjelaskan bahwa ada empat faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan strategi bisnis, yaitu:

1) Visi

Kendala visi terjadi karena miskinnya komunikasi visi yang telah dibangun. Implementasi dari suatu strategi adalah hasil tindakan. Tindakan mengandaikan pemahaman yang berasal dari kesadaran. Bila suatu strategi dikembangkan tetapi tidak dikomunikasikan kepada karyawan atau pegawai, bisa dipastikan bahwa sebgus apapun strategi hanya akan tinggal sebagai kumpulan kata mutiara. Ketidak pahaman visi juga disebabkan oleh rumusan yang terlalu panjang, pengertian yang mengawang, atau pemakaian bahasa yang rumit dicerna.

2) Pelaku

Karyawan atau pegawai adalah human capital yang critical agar organisasi dapat mencapai visinya. Untuk memotivasi mereka dalam mengimplementasikan strategi, organisasi perlu memetakan secara rinci kaitan antara pelaksanaan strategi dengan insentif yang diberikan harus jelas kaitannya dengan kinerja.

3) Manajemen

Para manajer hanya berfokus pada hasil sehingga melupakan proses dari strategi yang telah disusun. Selain itu menurut Kaplan dan Norton, hanya 85% tim eksekutif menyediakan waktu kurang dari satu jam per bulan untuk mendiskusikan strategi, sehingga waktu yang minim tersebut juga yang menyebabkan strategi tidak berjalan dengan efektif.

4) Sumberdaya

Menurut studi Kaplan dan Norton memperlihatkan bahwa 60% organisasi tidak mengaitkan anggaran dengan strategi.

d. Indikator Perencanaan Strategi Bisnis

Menurut Murniati dan Usman (2015:50) indikator perencanaan strategi:

- 1) Program
- 2) Anggaran
- 3) Prosedur/ Standar Operational prosedur (SOP)

Implementasi strategi adalah jumlah keseluruhan aktivitas dan pilihan yang dibutuhkan untuk dapat menjalankan perencanaan strategi. Dimana beberapa strategi dan kebijakan diubah menjadi tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur.

4. Kesiapan Individu

a. Pengertian Kesiapan Individu

Menurut Slameto (2015) kesiapan adalah keseluruhan kondisi seseorang yang membuatnya siap memberi respon/jawaban di dalam

cara tertentu terhadap suatu situasi. Ada orang yang mengartikan tentang readiness sebagai segenap sifat atau kekuatan yang membuat seseorang dapat bereaksi dengan cara tertentu. Menurut Holt dkk (2007) yang menyatakan bahwa kesiapan individu adalah seberapa besar individu secara kognitif dan emosional menampilkan penerimaan dan usaha untuk dapat melaksanakan rencana dalam rangka melakukan perubahan terhadap kondisi saat itu.

Kesiapan Individu dalam menghadapi motor listrik diartikan sebagai sejauh mana seorang siap dan mampu untuk menggunakan, mengoperasikan, dan merawat motor listrik sesuai dengan cara yang benar dan aman. Hal ini meliputi aspek-aspek seperti pengetahuan tentang cara kerja motor listrik, cara mengisi daya baterai, dan pemahaman tentang perawatan yang diperlukan

b. Tujuan Kesiapan Individu

Menurut Pooll & Sewell (2007) berpendapat untuk memiliki kesiapan kerja yang diperlukan beberapa hal yaitu keahlian sesuai dengan bidangnya, kepribadian, kecerdasan dan wawasan yang luas, pemahaman dalam berpikir yang membuat individu dapat memiliki dan merasa nyaman dengan pekerjaannya sehingga dapat meraih keberhasilan terutama dalam dunia kerja.

c. Faktor-Faktor Kesiapan Individu

Menurut Winkel dalam Muktiani (2013:167) menyebutkan bahwa: Kesiapan dapat dipengaruhi oleh faktor internal yang meliputi nilai-nilai, kehidupan, taraf intelegensi, bakat khusus, minat, sifat-sifat, pengetahuan, dan keadaan jasmani. Umumnya faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan individu, yaitu :

- 1) Pengetahuan : seseorang yang memiliki pengetahuan yang cukup tentang topik tersebut akan lebih siap daripada yang tidak memilikinya.
- 2) Keterampilan: seseorang yang memiliki keterampilan yang relevan akan lebih siap daripada yang tidak memiliki.

- 3) Motivasi: seseorang yang memiliki motivasi yang kuat akan lebih siap daripada yang tidak memilikinya.
- 4) Latar belakang: latar belakang seseorang, tersebut pengalaman, juga dapat memengaruhi tingkat kesiapannya.
- 5) Perlengkapan/sarana: ketersediaan sara yang diperlukan juga dapat mempengaruhi tingkat kesiapan seseorang.

d) Indikator Kesiapan Individu

Menurut Slameto (2015:113) mencakup setidaknya-tidaknya pada 3 aspek, yaitu:

- 1) Kondisi fisik, mental dan emosional
- 2) Kebutuhan-kebutuhan, motif dan tujuan
- 3) Keterampilan, pengetahuan dan pengertian yang lain yang telah dipelajari.

Mempunyai pertimbangan yang logis dan objektif, mempunyai kemampuan untuk berkoordinasi atau bekerja sama dengan orang lain, mampu mengendalikan diri, memiliki sikap kritis, mempunyai keberanian untuk menerima tanggung jawab, mempunyai kemampuan beradaptasi dengan lingkungan, dan memiliki ambisi untuk maju dengan cara berusaha mengikuti kemajuan untuk perkembangan keahlian.

5. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Menurut Luecke (2003:2) inovasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan, mengkombinasikan, atau mematangkan suatu pengetahuan

/gagasan ide, yang kemudian disesuaikan guna mendapat nilai baru suatu produk, proses, atau jasa.

Kata inovasi menunjukkan “proses” dan “hasil” pengembangan atau pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan jasa) yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan.

Inovasi dapat bersifat baru bagi individu atau perusahaan, bagi negara atau daerah dan bagi dunia, Farisi (2014:39).

Menurut Suryana (2014:54), inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi merupakan timbulnya sesuatu hal yang baru, misalnya berupa sebuah ide baru untuk manajemen sebuah teori baru, sebuah hipotesis baru, atau sebuah metode baru untuk manajemen sebuah organisasi dan usaha.

b. Tujuan Inovasi

Menurut Makmur dan Thahier (2015, p. 26), tujuan inovasi secara umum adalah sesuatu bentuk kebutuhan yang ingin diwujudkan melalui kegiatan mengkonstruksi pemikiran dengan diimplementasikan dalam tindakan nyata atau pekerjaan nyata untuk menghasilkan suatu yang sesuai dengan harapan yang diinginkan. Sedangkan tujuan inovasi secara spesifik berdasarkan jenis profesi sebagai pengusaha adalah menciptakan suatu kondisi agar bidang usahanya dapat berkembang dengan baik.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave (1996 : 3) kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk locus of control, kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti locus of control, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang.

d. Indikator Inovasi

Menurut Soleh (2014:74) inovasi yang akan digunakan adalah product innovation (inovasi produk), process innovation (inovasi proses), market innovation (inovasi pasar) indikator yang akan digunakan adalah:

- 1) Inovasi jenis produk
 - a) Variasi jenis produk
 - b) Variasi bentuk produk
 - c) Variasi ukuran/berat produk
 - d) Variasi harga produk
- 2) Inovasi proses
 - a) perbaikan alat produksi yang telah ada
 - b) pemanfaatan alat atau teknologi baru
- 3) Inovasi pasar
 1. penambahan toko baru
 2. perluasan segmen pasar

B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

1. Hubungan antara Perencanaan Strategi Bisnis dengan Peningkatan Kualitas

Untuk meningkatkan jumlah penjualan dan agar dapat bersaing dengan perusahaan pesaing yang lebih ada, langkah awal yang ingin dilakukan adalah memperbaiki kualitas komponen pendamping dari produk yaitu kualitas pelayanan konsumen. Mengetahui tindakan yang tepat dan sesuai untuk mengetahui tindakan yang tepat dan sesuai untuk memenuhi harapan konsumen tersebut. Hal ini dikarenakan evaluasi kualitas pelayanan, yang dikarenakan evaluasi kualitas pelayanan, yang biasanya diindikasikan dengan indikator-indikator performansi, merupakan hal mendasar yang dibutuhkan untuk mengawasi performance, merupakan hal mendasar yang dibutuhkan untuk mengawasi performa organisasi atau proses (Franceschini, 2009).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aprilliya Putri R, Usman Effedi, Mas'ud Effendi (2015) Perencanaan Strategi Bisnis

berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan kualitas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Hubungan antara Kesiapan Individu dengan Peningkatan Kualitas

Berkembangnya teknologi akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap segala macam data maupun informasi. Proses pengelolaan ini juga erat kaitannya dengan kesiapan individu. Individu yang siap akan dapat mengelola data dan informasi dengan baik. Segala macam data informasi yang dimiliki oleh seseorang individu dikelola sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan kualitas. Dampak individu (individual impact) merupakan efek dari informasi terhadap perilaku pemakai. Dampak individu berhubungan erat dengan kinerja, yaitu meningkatkan kinerja individu pemakai sistem (Mason, 1978) menunjukkan urutan dampak mulai dari menerima informasi, pemahaman informasi, aplikasi informasi tersebut ke suatu permasalahan tertentu dan merubah perilaku keputusan dengan hasil perubahan kinerja organisasi. Perusahaan-perusahaan yang memiliki tingkat kualitas layanan tinggi secara khusus mengembangkan dua sistem informasi yang sangat penting untuk meningkatkan kualitas.

Hal ini sejalan dengan penelitian. Yang dilakukan Suharno Pawirosumarto, Purwanto S. Katidjan dan Angga dwi Mulyanto (2015) Kesiapan Individu berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Kualitas.

3. Hubungan antara Inovasi dengan Peningkatan Kualitas

Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara organisasi memproduksi produk dan jasa akhir dari suatu perusahaan (Cooper, 1998). Inovasi proses merupakan sarana untuk meningkatkan kualitas dan juga penghematan biaya. Hal ini mencerminkan bahwa adopsi proses inovasi diakui dapat meningkatkan efisiensi produk dan kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas produk akan memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas dipandang secara luas, yang mana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Hal ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan Sri Hartini (2012) Peran Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Kualitas.

C. Hasil penelitian yang sesuai sebagai Rujukan penelitian

Sebagai Pandangan dari penelitian terdahulu, maka dari itu peneliti akan memaparkan hasil penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan yang sama dari masing-masing yaitu perencanaan strategi, kesiapan individu, dan inovasi.

Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Oskar Judianto dan Ahmad Mukhlis Kurniadi (2018)	Peningkatan Daya Jual Motor Listrik Di Indonesia Melalui Pemberdayaan Rekayasa Teknik Re-Design Fairing Dengan Acuan Gaya Desain Kendaraan Roda Empat Militer Anoa	$X_1 =$ peningkatan Daya Jual Motor Listrik $X_2 =$ Pemberdayaan $X_3 =$ Rekayasa Re-Design Fairing $Y =$ Gaya Desain Kendaraan	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Peningkatan Daya Jual Motor Berpengaruh Positif Terhadap Gaya Desain Kendaraan.
2	Ade Ana Pratiwi, Berto Mulia Wibawa, Dan Imam Baihaqi (2020)	Identifikasi Atribut Sepeda Motor Listrik Terhadap Niat Membeli : Kasus Indonesia	$X_1 =$ Sikap Seseorang Terhadap Suatu Objek $X_2 =$ Kepercayaan Individu Bahwa Objek Memiliki Atribut $Y =$ Niat Membeli	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Sikap Seseorang Terhadap Suatu Objek Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Niat Membeli.
3	Ismi Laili, Ganefri Dan Usmeldi (2019)	Efektifitas Pengembangan E-Modul Project Based Learning Pada Mata Pelajaran Instalasi Motor Listrik	$X_1 =$ Efektifitas Modul $X_2 =$ Project Based Learning $Y =$ Mata Pelajaran Instalasi motor Listrik	Hasil Penelitian Menunjukkan E-Modul Project Based Learning Berpengaruh Positif Terhadap Mata Pelajaran Instalasi Motor Listrik.
4	Aprilliya Putri R, Usman Effendi, Dan Mas'ud Effendi	Analisis Perencanaan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Konsumen Dengan Metode Quality	$X_1 =$ Analisis Perencanaan $X_2 =$ Strategi Peningkatan Kualitas Konsumen $Y =$ Quality	Hasil Penelitian Menunjukkan Perencanaan Strategi Berpengaruh Signifikan Terhadap Pelayanan

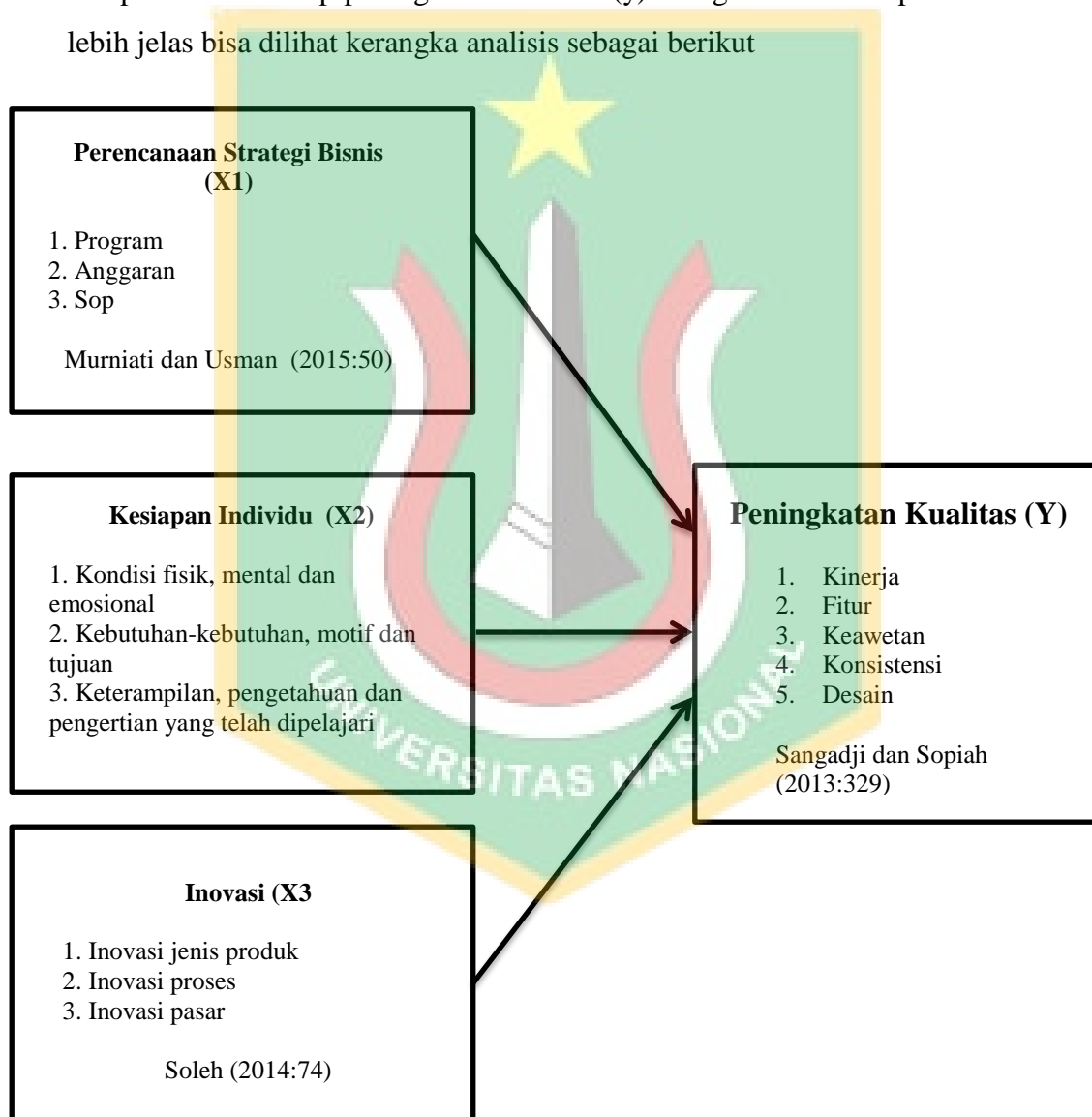
Lanjutan Tabel 2. 1

No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	(2018)	Function Deployment (QFD)	Function Deployment	Konsumen .
5	Oliver, Moerth-Teo, Christian Ramsauer, Gernot Schlogl, Muaaz Abdul-Hadi, Markus Brillinger, Dan Martin Weinzerl (2021)	Penilaian Fleksibilitas Sumber Daya Produksi Studi Kasus Di Industri Otomotif	$X_1 =$ Peralatan Operasi $X_2 =$ Tenaga Kerja $Y =$ Material Penilaian Fleksibilitas Sumber Daya Produksi	Hasil Penelitian Menunjukkan Penilaian Tiga Faktor Produksi Dasar, Peralatan Operasi, Material, Dan Tenaga Kerja Berpengaruh Signifikan Terhadap Fleksibilitas Sumber Daya Produksi.
6	Sri Hartini (2012)	Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis	$X_1 =$ Inovasi $X_2 =$ Kualitas $Y =$ Kinerja	inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan.
7	Marina Asti, Imam Supriyadi, Poernomo Yusgiantoro (2020)	Analisa Penggunaan Sepeda Motor Listrik Bagi Transportasi Online Terhadap ketahanan Energi (Studi Pada Gojek)	$X_1 =$ Emisi $X_2 =$ Sepeda motor listrik $X_3 =$ Ketahanan energi $Y =$ Transportasi Online	Dari analisa kelayakan ekonomi, sepeda motor listrik lebih ekonomis untuk digunakan oleh ojol karena memiliki nilai NPV, IRR, dan PP yang lebih tinggi dibandingkan dengan sepeda motor BBM.
8	Slamet Riyadi, Gatot Setyono, Ong Andre Wahyu Rijanto, Muchammad Muchid, Wahyu Nugroho, Yudha Mahendra Prasetyo, Sigit Budiarto, Mahendra Putra Perdana (2022)	Uji Performansi Pada Baterai Motor Listrik BLDC	$X_1 =$ performansi $X_2 =$ Motor listrik $Y =$ brushless direct current 3 phase	Pemakaian Energi Sepeda Motor Listrik BLDC 1000 Watt dengan jarak tempuh: 3 km, 6 km 8,2 km, dan waktu tempuh: 8 menit, 16 menit, 21 menit adalah 0,6 KWh, 0,13 KWh, 0,21 KWh sedangkan, pemakaian Energi Sepeda Motor Listrik BLDC 2000 Watt: 0,15 KWh, 0,25 KWh 0,50 KWh

Sumber : Data diolah penulis, 2022

D. Kerangka Analisis

Kerangka analisis merupakan model konseptual yang menjelaskan hubungan antara teori dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka analisis berupa bagan yang mempunyai tujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan pengaruh dan hubungan antar beberapa variable yang akan diteliti. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh perencanaan strategi bisnis (x1), kesiapan individu (x2), inovasi (x3) dan variabel independent terhadap peningkatan kualitas (y) sebagai variable dependent. Untuk lebih jelas bisa dilihat kerangka analisis sebagai berikut



Sumber : Data diolah oleh penulis

Gambar 2. 1
Kerangka Analisis

E. Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga diperoleh hasil tes yang signifikan. Menurut Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti (2007:137) hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah dan perlu diuji secara empiris. Dengan pengujian statistik hipotesis, hipotesis dapat diterima (data tidak memberikan bukti untuk menolak hipotesis) atau ditolak (data memberikan bukti untuk menolak hipotesis). Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Perencanaan strategi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kualitas sepeda motor Viar di Jakarta Timur.

H2 : Kesiapan Individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kualitas sepeda motor Viar di Jakarta Timur.

H3 : Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kualitas sepeda motor Viar di Jakarta Timur.

