

Jurnal Disrupsi Bisnis



ISSN:2621-797X(cetak)
ISSN :2746-6841 (online)

PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

Vol. 6 No. 5, SEPTEMBER 2023

Jurnal
Disrupsi Bisnis

Vol. 6

No. 5

Halaman
460 - 562

Tangerang Selatan
September 2023

p-ISSN:2621-797X
e-ISSN:2746-6841

Jurnal Disrupsi Bisnis

PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

p-ISSN 2621-797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493

Vol. 6, No. 5, September 2023 (460-562)

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>

Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB) enam kali setahun pada bulan Januari, Maret, Mei, Juli, September, dan November. JDB tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah dalam bidang Manajemen, Akuntansi dan Kewirausahaan

Dewan Redaksi

Advisory of Editor

Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Chief of Editor

Ajimat, S.Si., M.M.

Managing Editor

Drs. Gatot Kusjono, M.M., C.H., C.Ht.

Editor Board

Bachtiar Arifudin Husain, S.Kom., M.M.

Suprianto, S.Pd., M.M.

Supatmin, S.E., M.M.

Dr. Lilis Suryani, S.E., M.M.

Sugeng Widodo, S.E., M.M.

Feb Amni Hayati, S.E., M.M.

Reviewer

Dr. Kasmad, S.E., M.M.

Dr. Udin Ahidin, S.E., M.M.

Dr. I Nyoman Marayasa, S.E., M.M.

Dr. Ir. Nardi Sunardi, SE., MM. CFE., CT.

Dr. Ir. H. Sarwani, M.T., M.M.,

Dr. Endang Sugiarti, S.E., M.M.

Dr. Mukrodi, S.Sos.I., M.M.

Yeni Fitriani Somantri, S.E., M.Si.

Alamat Redaksi:

Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang Tangerang Selatan Banten

Telp/Fax. (021) 741 2566 *e-mail:* jurnaldisrupsiibisnis@gmail.com; disrupsi@unpam.ac.id

JURNAL DISRUPSI BISNIS diterbitkan oleh Program Studi Manajemen,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, sejak Juni 2018.

Terbit berkala setiap dua bulan sekali (enam kali setahun).

PENGANTAR REDAKSI

ii

Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya. **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)**, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang Vol.6 No.5 September 2023 dapat terbit tepat waktu. Kami terus mendorong segenap Civitas Academica untuk benar-benar memanfaatkan **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)** sebagai wahana publikasi dan pembelajaran bagi semua yang terlibat dalam penerbitan jurnal ini secara berkala.

Cakupan **Jurnal Disrupsi Bisnis** bidang ilmu Manajemen, Akuntansi dan Kewirausahaan. Kepada segenap penyumbang artikel ilmiah atau karya ilmiah pada terbitan kali ini redaksi memberikan ucapan terima kasih.

Semoga penerbitan **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)** Vol.6 No.5 September 2023 ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Sebagai penutup, kami mengundang Bapak/Ibu/Sdr. untuk dapat mengisi jurnal ini dengan naskah-naskah yang sesuai.

Selamat membaca serta berkarya untuk kemajuan Indonesia tercinta.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Redaksi

DAFTAR ISI

p-ISSN 2621-797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493
Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol.6 No,5 September 2023 (460-562)
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>

**Jurnal
Disrupsi Bisnis** 
PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

Dewan Redaksi	ii
Pengantar Redaksi	iii
Daftar Isi	iv

**Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap
Kepuasan Konsumen pada PT Trisigma Globalindo**

Juvianti & Tiurniari Purba 460-470

**Pengaruh Faktor Sosial, Ekspektasi Kinerja, Persepsi Kepercayaan, Persepsi
Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi**

Dewi Sulistiyo Rini & Hasim As'ari 471-479

**Pengaruh Work Environment, Work-Life Balance terhadap Employee
Performance pada Karyawan di PT. Nusa Toyotetsu Corporation**

Sherly Nira Firanti & Dita Oki Berliyanti 480-484

**Pengaruh Stres Kerja, Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi
terhadap Kinerja Karyawan pada PT Mustindocipta Jaya**

Clara Angela & Hikmah 485-492

**The Influence of Independence, Experience, Gender, and Internal Control
Auditor's Understanding of Audit Judgment in the Big Four Public
Accounting Firms in Indonesia**

Gisella Andriana, Amelia Setiawan, Samuel Wirawan & Hamfri Djajadikerta 493-501

Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan

Ambar Widya Lestari, Sulistiyani & Septi Rostika Anjani 502-509

**Pengaruh Beban Kerja, Pelatihan dan Motivasi terhadap Produktivitas
Kerja pada PT Top Baker Indonesia**

Dendi Thomas & Wasiman 510-521

**Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen
terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee**

Azizah & Inda Sukati 522-534

**Pengaruh Work-Life Balance dan Job Embeddedness terhadap Job Satisfaction
Part-Time Working Students di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur**

Ahmad Mahyuni, Praja Hadi Saputra & Nur Endah Ramayanti 535-542

**Analisis Pengaruh GPM dan Ukuran Perusahaan terhadap DER
pada PT Ratu Prabu Energi Tbk.**

Fardilah & Nurhayati 536-550

**Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap
Keputusan Pembelian Mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil**

Chris Hansen & Asron Saputra 551-562

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsibisnis@gmail.com

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Trisigma Globalindo

Juvianti^{1*}, Tiurniari Purba²

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam
pb190910051@upbatam.ac.id^{1*}; tiurniari@gmail.com²

Received 5 Juni 2023 | Revised 15 Juni 2023 | Accepted 27 Juni 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji bagaimana pengaruh dari keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo. Penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini sebagai metode penelitian. populasi terdiri dari 197 orang yang merupakan konsumen PT Trisigma Globalindo pada bulan Desember 2022. Rumus *Slovin* digunakan untuk menghasilkan ukuran sampel 132 responden dengan pendekatan *simple random sampling*. Data dianalisis menggunakan model regresi linier berganda, dan SPSS digunakan sebagai pengolahan data untuk menguji uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Pengujian regresi linier berganda mengungkapkan bahwa keragaman produk memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 31,4%. Kualitas produk memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 29,2%, sedangkan kepercayaan memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen sebesar 16,0%. Pada pengujian koefisien determinasi (R^2) kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo dapat dijelaskan oleh faktor-faktor seperti keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan sebesar 74,8%. Temuan uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.

Keywords: Keragaman Produk; Kepercayaan; Kepuasan Konsumen; Kualitas Produk.

Abstract

This study intends to examine how the influence of product diversity, product quality and trust on customer satisfaction at PT Trisigma Globalindo. Descriptive research using a quantitative approach is used in this study as a research method. the population consists of 197 people who are consumers of PT Trisigma Globalindo in December 2022. The Slovin formula is used to produce a sample size of 132 respondents using a simple random sampling approach. Data were analyzed using multiple linear regression models, and SPSS was used as data processing to test data quality tests, classical assumption tests, effect tests and hypothesis testing. Multiple linear regression testing reveals that product diversity has an effect on consumer satisfaction by 31.4%. Product quality has an influence on customer satisfaction by 29.2%, while trust has an influence on customer satisfaction by 16.0%. In testing the coefficient of determination (R^2) customer satisfaction at PT Trisigma Globalindo can be explained by factors such as product variety, product quality and trust of 74.8%. The findings of the hypothesis test show that there is a positive and significant relationship between product variety, product quality and trust in customer satisfaction at PT Trisigma Globalindo.

Keywords: Consumer Satisfaction; Product Diversity; Product Quality; Trust.

PENDAHULUAN

Pada saat ini sebagian besar individu terlibat dalam aktivitas berbisnis, yang menunjukkan bahwa hal itu semakin umum. Dalam kehidupan individu, seringkali ditemukan bahwa tindakan setiap orang tidak dapat dipisahkan dari bisnis. Selain itu, di era perdagangan bebas, yang berarti bahwa perusahaan yang beroperasi di industri perdagangan dan jasa, baik dalam skala besar maupun kecil, menyaksikan pertumbuhan yang cukup cepat. Buktinya bisa dilihat dari semakin banyaknya bisnis yang memperluas operasinya dan menciptakan kemampuan baru, terutama yang bergerak di bidang perdagangan. Karena ada begitu banyak jenis perusahaan, tingkat persaingan secara alami cukup tinggi.

Keragaman produk merupakan faktor yang signifikan bagi perusahaan yang menjual produk secara satuan. Membuka berbagai macam produk dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan yang ingin datang dan berbelanja di perusahaan tersebut. Perusahaan harus mempertimbangkan bagaimana membuat berbagai keputusan mengenai pengaturan produk saat ini dan prospektif (Pramesti *et al.*, 2021:30). Keragaman produk mengacu sebagai kumpulan produk yang terhubung satu sama lain dan berfungsi secara fungsional tetapi berbeda tetapi terhubung jenis pengaturan ini dikenal sebagai sistem produk. Keragaman pada suatu produk dapat berupa peningkatan nilai tambah yang ditambahkan ke penawaran utama bisnis (Ardiansyah & Aprianti, 2020:168).

Keragaman produk merupakan salah satu aspek terpenting perusahaan, bisnis yang ingin mendongkrak kinerja produknya perlu mempertimbangkannya jika ingin meningkatkan keragaman pada suatu produk. Apabila suatu produk yang ditawarkan tidak cukup, maka kemungkinan besar produk tersebut tidak akan mampu bersaing dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain, maka ini menunjukkan bahwa bisnis tersebut tidak berhasil memuaskan pelanggan (Wijaya & Siswahyudianto, 2022:2261). Berdasarkan hal di atas, dapat disimpulkan bahwa keragaman produk mengacu pada pemilihan komoditas yang bervariasi dalam segala hal, termasuk model, ukuran dan ketersediaan. Jika sebuah toko menjual berbagai macam barang, pelanggan cenderung senang dengan pembelian mereka, cenderung tidak berbelanja di tempat lain, dan lebih cenderung kembali untuk pembelian tambahan. Temuan dari Ardiansyah & Aprianti (2020:164) mengemukakan bahwa pada keragaman produk dapat memperoleh indikator yang (1) Ukuran produk yang beragam, (2) Jenis produk yang beragam, (3) Bahan produk yang beragam, (4) Desain produk yang beragam, (5) Kualitas produk yang beragam.

Permasalahan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo yaitu keragaman produk yang merupakan kelengkapan produk dengan merek atau ukuran yang dijual. Berdasarkan data yang telah diperoleh mengenai keragaman produk yang dijual oleh PT Trisigma Globalindo serta data keragaman produk pesaing didapatkan sebagai berikut:

Tabel 1 Keragaman Produk PT Trisigma Globalindo

No	PT Trisigma Globalindo	Bintang Jaya Sukses
1	Asiapaints	Nippon Paint
2	Professional Tile Cutter	Professional Tile Cutter
3	Asaki Tools	Asiapaints
4	Tekiro	Asaki Tools
5	MultiPro	MultiPro
6	Bitec	Medalist
7	Bosch	Sam Lee
8	Nippon Paint	WD-40
9		Vip
10	-	Water Tec
11		Wsan

Sumber: PT Trisigma Globalindo (2023)

Data yang diberikan dalam tabel 1 di atas mengindikasikan bahwa terdapat berbagai jenis keragaman produk yang dijual PT Trisigma Globalindo dengan pesaingnya, akan tetapi jenis keragaman produk yang dijual oleh PT Trisigma Globalindo belum seutuhnya dapat menyaingi pesaingnya dikarenakan keragaman produk PT Trisigma Globalindo kurang beragam jika dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT Trisigma Globalindo didapatkan bahwa pada permasalahan keragaman produk, konsumen selalu mengeluhkan dengan keragaman

produk dijual dimana konsumen menilai bahwa keragaman produk yang dijual PT Trisigma Globalindo dinilai kurang lengkap, sehingga konsumen tersebut harus mencari perusahaan yang lain untuk membeli produk yang diinginkannya sehingga hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam keseluruhan strategi pemasaran. Salah satu definisi kualitas adalah sejauh mana suatu produk atau layanan memuaskan atau sesuai dengan harapan pembeli atau pengguna akhirnya. Kualitas produk dan layanan yang baik dapat memberikan efek yang baik pada seberapa baik suatu produk yang diperoleh bekerja dan berkaitan dengan kebahagiaan serta nilainya (Bago *et al.*, 2022:218). Kualitas produk dengan istilah yang mengacu pada fitur dan kemampuan barang atau jasa yang memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan target audiens. Kualitas pada suatu produk sebagai kemampuan untuk memenuhi atau melampaui ekspektasi kinerja, keandalan, kemudahan penggunaan, fitur-fitur, keamanan, estetika, dan nilai (Gunawan *et al.*, 2023:3).

Kualitas suatu produk merupakan proses mencari tahu standar atau faktor apa yang harus dipenuhi oleh suatu produk atau layanan untuk memenuhi tingkat kualitas yang diinginkan. Standardisasi kualitas adalah cara bagi perusahaan untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang dibuatnya memenuhi standar tertentu dan memenuhi semua kebutuhan atau keinginan konsumennya (Harahap *et al.*, 2020:122). Dari apa yang telah didefinisikan yang telah dikemukakan, menyimpulkan sebagaimana pada kualitas produk merupakan sebagai sifat atau ciri suatu produk yang memenuhi standar dan spesifikasi yang telah ditetapkan dan diharapkan konsumen. Kualitas produk juga mencakup nilai tambah dan kepuasan yang diperoleh konsumen dari produk tersebut. Kualitas produk tidak hanya mencakup kecocokan atau kesesuaian produk dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Temuan dari Bago *et al.* (2022:218), kualitas produk dapat dilihat dari beberapa indikator yang mencakup indikator (1) Kinerja (*Performance*), (2) Fitur (*Feature*), (3) Ketahanan (*Durability*), (4) Keandalan (*Reliability*), (5) Estetika (*Esthetics*).

Permasalahan selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo yaitu kualitas produk, pada produk yang dijual PT Trisigma Globalindo belum sesuai dengan harapan konsumen hal ini terbukti masih ada pengembalian produk yang dilakukan konsumen dalam satu bulan. terdapat sejumlah konsumen melakukan pengembalian produk kepada PT Trisigma Globalindo yang berkisar antara 3-60 produk dalam satu bulan, dalam hal ini kualitas produk pada PT Trisigma Globalindo belum seutuhnya memiliki kualitas yang terbaik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT Trisigma Globalindo didapatkan bahwa konsumen yang melakukan pengembalian produk dikarenakan produk terdapat kerusakan yang dimana kerusakan yang sering terjadi pada pistol silicon yang mengeras kemudian lem yang bocor. Dari hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk pada PT Trisigma Globalindo masih belum sesuai keinginan konsumen. Oleh karena itu, PT Trisigma Globalindo diharapkan untuk dapat memeriksa kembali produk yang dikirim hal ini agar produk yang diterima konsumen memiliki kualitas yang diinginkan.

Kepercayaan adalah konsep psikologis yang mengacu pada kapasitas untuk menerima sesuatu meskipun memiliki standar perilaku tertentu yang dapat diterima dari orang lain. Menurut temuan penelitian lain, istilah kepercayaan mengacu pada pengetahuan konsumen dan kesimpulan yang mereka buat tentang kualitas dan keunggulan produk (Caniago, 2022:221). Kepercayaan adalah komponen terpenting yang harus ada dalam hal mengembangkan hubungan jangka panjang antara dua pihak. Pendapat konsumen tentang kemungkinan hubungan antara item dan karakteristik terkait adalah contoh interkoneksi atribut objek. Membangun kepercayaan membutuhkan waktu dan usaha, dan itu hanya tercapai jika kedua belah pihak saling percaya. (Kasinem, 2020:332).

Kepercayaan dapat diartikan sebagaimana merupakan suatu harapan seorang pelanggan dalam memberikan suatu pelayanan yang dapat dipercaya dan diandalkan karena kepercayaan merupakan pendapat yang dipegang oleh satu pihak tentang tujuan dan perilaku yang diarahkan pada pihak lain (Savila & Tjahjaningsih, 2022:557). Dari pernyataan itu menyimpulkan kepercayaan sebagai dalam mendorong kemitraan komersial yang sukses. Karena kepercayaan sangat penting untuk pertumbuhan perusahaan mana pun. Kredibilitas merupakan faktor penting dalam mendapatkan kepercayaan karena menunjukkan bahwa pihak tersebut memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas. Menurut Caniago (2022:222) kepercayaan dapat memperoleh indikator (1) Keandalan, (2) Kejujuran, (3) Kepedulian, (4) Kredibilitas.

Permasalahan selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo yaitu kepercayaan, akan tetapi pada PT Trisigma Globalindo masih terdapatnya sejumlah keluhan konsumen yang dapat mempengaruhi kepercayaan. Terdapat keluhan konsumen yang dimana

hal tersebut sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian pada PT Trisigma Globalindo. Permasalahan tersebut dikarenakan waktu pengantaran produk kealamat konsumen yang lama, selanjutnya kurang ramahnya karyawan dalam menawarkan produk, dalam hal ini terdapat karyawan acuh tidak acuh dalam melayani konsumen. Selain itu, terdapat karyawan yang kurang dalam pengetahuan produk yang dijual, yang dimana karyawan tersebut tidak dapat menjelaskan produk dengan *detail* kepada konsumen. Kemudian konsumen mengeluhkan dengan produk yang datang tidak ditata dengan rapi yang dimana produk diletakkan secara asal-asalan diteras rumah.

Kepuasan konsumen merupakan sejauh mana seorang individu senang dengan produk atau layanan secara keseluruhan setelah memperoleh dan memanfaatkannya. Jika nilainya jauh di bawah harapan mereka, mereka akan merasa kesal. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas yang dimiliki seseorang setelah mendapatkan produk atau jasa yang baik (Gunawan *et al.*, 2023:5). Kepuasan adalah perasaan emosi kepuasan atau ketidakpuasan yang dimiliki seseorang sebagai ketika mereka membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang mereka miliki untuk produk tersebut. Ketidakpuasan di pihak pelanggan berkembang ketika hasil pembelian mereka tidak sesuai dengan harapan mereka (Kasinem, 2020:330).

Kepuasan konsumen adalah umpan balik yang diberikan pelanggan berupa penilaian yang diukur dengan seberapa baik produk atau layanan tersebut memenuhi harapan pelanggan setelah pembelian. Pelanggan yang puas memiliki barang dan jasa yang memenuhi atau melebihi standar mereka. Ini membuat mereka lebih mungkin untuk membeli produk atau layanan itu lagi (Savila & Tjahjaningsih, 2022:576). Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa kepuasan konsumen berasal dari perbandingan antara seberapa baik suatu produk berfungsi dengan seberapa baik produk tersebut memenuhi harapan konsumen setelah mereka membeli sesuatu. Jika produk memenuhi atau melebihi harapan pembeli, pelanggan akan senang dengannya. Menurut Fadhlil & Pratiwi (2021:606) kepuasan konsumen dapat memperoleh indikator (1) Kualitas produk yang dihasilkan, (2) Kualitas pelayanan yang diberikan, (3) Harga Produk, (4) Kemudahan Mengakses Produk, (5) Cara Mengiklankan Produk.

Kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo belum maksimal hal ini dikarenakan masih terdapat konsumen yang mengeluhkan terkait dengan keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan, hal ini terbukti dengan data yang diperoleh yang menunjukkan jumlah konsumen banyak mengalami penurunan setiap bulannya. Adapun data yang diperoleh tentang jumlah konsumen PT Trisigma Globalindo pada Januari sampai Desember tahun 2022 sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 2 Jumlah Konsumen PT Trisigma Globalindo

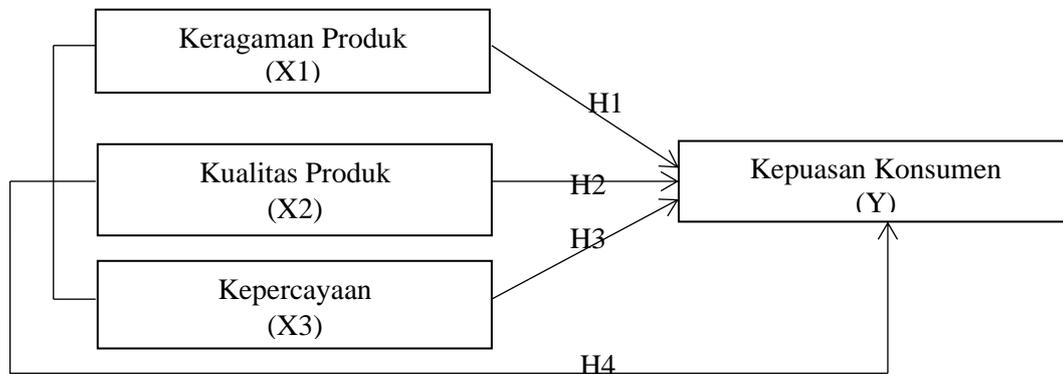
No	Bulan	Tahun	Jumlah Konsumen	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	Januari	2022	265		
2	Februari	2022	243	-22	-8.30
3	Maret	2022	232	-11	-4.53
4	April	2022	216	-16	-6.90
5	Mei	2022	210	-6	-2.78
6	Juni	2022	198	-12	-5.71
7	Juli	2022	188	-10	-5.05
8	Agustus	2022	201	13	6.91
9	September	2022	209	8	3.98
10	Oktober	2022	216	7	3.35
11	November	2022	200	-16	-7.41
12	Desember	2022	197	-3	-1.50

Sumber: PT Trisigma Globalindo (2023)

Data yang diberikan dalam tabel 2 di atas mengindikasikan bahwa terjadi penurunan jumlah konsumen pada Februari sampai dengan Juli tahun 2022, kemudian jumlah konsumen terjadi kenaikan pada Agustus sampai dengan Oktober tahun 2022, akan tetapi pada November sampai dengan Desember terjadi penurunan kembali. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT Trisigma Globalindo didapatkan bahwa terjadinya penurunan konsumen diakibatkan pada perilaku konsumen yang dimana terkait permasalahan yang belum dapat terselesaikan secara maksimal oleh PT Trisigma Globalindo. Oleh karena itu, PT Trisigma Globalindo dapat segera menyelesaikan permasalahan dengan cara maksimal, tujuannya adalah untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggannya maka jika konsumen merasa puas maka jumlah konsumen dapat meningkat.

Melalui penelitian ini, bertujuan untuk memahami bagaimana keragaman produk, kualitas produk, dan kepercayaan berkontribusi terhadap kepuasan konsumen di PT Trisigma Globalindo. Hal ini dapat membantu PT Trisigma Globalindo dalam meningkatkan portofolio produk, meningkatkan kualitas produk, dan membangun kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya diharapkan akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
 Sumber: Data Penelitian (2023)

Hipotesis

Hipotesis berfungsi sebagai jawaban sementara, tetapi keakuratannya masih harus ditetapkan melalui hasil penelitian. Sehingga hipotesis yang ditetapkan dengan mencakupi:

- H1 : Keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H2 : Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H3 : Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H4 : Keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Penelitian deskriptif ini dipilih untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang situasi atau fenomena yang diteliti dengan menganalisis literatur dan referensi yang relevan. Penelitian ini dilakukan dengan deskriptif dalam mengkaji bagaimana keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan konsumen di PT Trisigma Globalindo. Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2019:17) mengumpulkan data dari kelompok atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan menganalisisnya dengan menggunakan teknik statistik atau analisis data kuantitatif.

Populasi dalam penjelasan Sugiyono (2019:17) sebagai wilayah umum orang-orang atau topik-topik dengan ciri-ciri tertentu untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya. Studi ini mencakup populasi dengan konsumen PT Trisigma Globalindo pada Desember 2022 dengan total 197 orang. Dalam penentuan besaran sampel yang dipergunakan dapat melalui rumus *Slovin* dengan perhitungan menghasilkan 132 responden untuk penyelidikan ini dengan penarikan pada teknik *simple random sampling*.

Pada penelitian ini, proses pengujian dimulai dengan melakukan evaluasi terhadap kualitas data. Evaluasi tersebut terdiri dari pengujian validitas dan reliabilitas data. Selanjutnya, dilakukan pengujian terhadap asumsi klasik yang meliputi pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Setelah itu, dilakukan pengujian terhadap pengaruh variabel-variabel dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi (R²). Terakhir, dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji f.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data
Uji Validitas

Tabel 3 Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,778	0,1710	Valid
X1.2	0,826		
X1.3	0,825		
X1.4	0,832		
X1.5	0,772		
X2.1	0,640		
X2.2	0,803		
X2.3	0,779		
X2.4	0,755		
X2.5	0,629		
X3.1	0,805		
X3.2	0,603		
X3.3	0,703		
X3.4	0,764		
Y.1	0,683		
Y.2	0,740		
Y.3	0,769		
Y.4	0,630		
Y.5	0,661		

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan tabel 3 yang terletak diatas, dapat dilihat bahwa hasil uji validitas mengenai keseluruhan pernyataan pada variabel penelitian telah disajikan. Tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan memiliki besaran dengan nilai r hitung dapat melebihi dengan nilai r tabel yang ditentukan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan bukti yang kuat bahwa temuan yang terdapat dalam data penelitian ini valid. Oleh karena itu, data ini dapat dipergunakan untuk mendukung analisis dan temuan dalam penelitian tersebut.

Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Keragaman Produk (X1)	0,866	5	Reliable
Kualitas Produk (X2)	0,771	5	
Kepercayaan (X3)	0,691	4	
Kepuasan Konsumen (Y)	0,737	5	

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan tabel 4 yang terletak diatas, dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas mengenai keseluruhan pernyataan pada variabel penelitian telah disajikan. Tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan memiliki besaran dengan nilai *cronbach's alpha* dapat melebihi dengan nilai 0,60 yang ditentukan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan bukti yang kuat bahwa temuan yang terdapat dalam data penelitian ini *reliable*. Oleh karena itu, data ini dapat diandalkan untuk sebagai alat ukur pada kajian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		132
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.22054173
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.061



	<i>Negative</i>	-.069
<i>Test Statistic</i>		.069
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		
<i>d. This is a lower bound of the true significance.</i>		

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan tabel 5 yang terletak diatas, dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan dapat menunjukkan bahwa dalam tabel tersebut memiliki besaran *Asymp. Sig. (2-tailed)* dengan nilai 0,200 dapat melebihi dengan nilai 0,05 yang ditentukan. Sebagai konsekuensi menyimpulkan bahwa pengujian ini memberikan temuan bahwa data yang telah diuji dapat dianggap sebagai data dengan distribusi yang normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

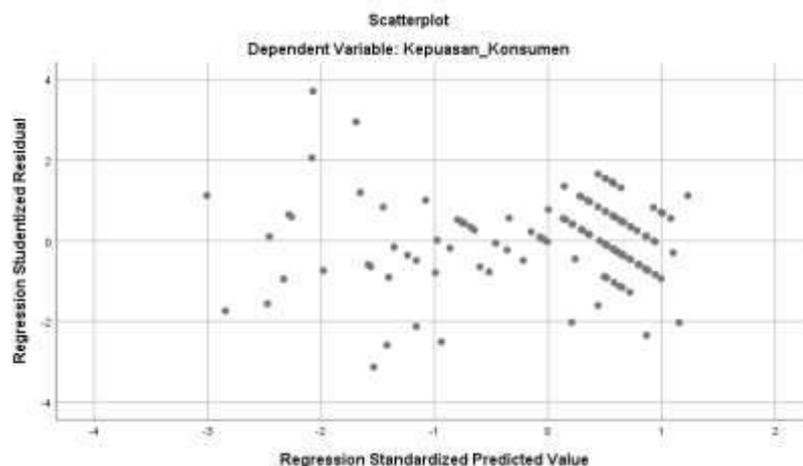
Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Keragaman_Produk	.619	1.615
Kualitas_Produk	.356	2.809
Kepercayaan	.425	2.355

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan tabel 6 yang terletak diatas, dapat dilihat bahwa hasil uji multikolinearitas mengenai keseluruhan pada variabel bebas telah disajikan. Tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan memiliki besaran dengan nilai *tolerance* yang melebihi nilai 0,10 serta pada VIF menyajikan nilai yang tidak dapat melebihi nilai 10,00. Dengan demikian, temuan ini memberikan temuan dengan menyimpulkan tidak adanya korelasi antara variabel bebas atau dengan sebutan lain studi ini dapat terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan gambar 2 yang terletak diatas, dapat dilihat bahwa hasil uji heteroskedastisitas telah disajikan dengan *scatterplot*. Gambar tersebut menunjukkan bahwa titik-titik didalam gambar tersebut dapat dengan secara acak yang tersebar dengan membentuk suatu pola yang dianggap tidak jelas. Kemudian titik-titik juga dapat menyebarkan di atas serta menyebarkan di bawah pada angka 0 yang terletak pada sumbu Y. Dengan demikian, temuan ini memberikan temuan dengan menyimpulkan tidak adanya gejala pada heteroskedastisitas.

Uji Pengaruh Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta		
	B	Std. Error			
1 (Constant)	6.502	.829		7.847	.000
Keragaman_Produk	.314	.038	.467	8.289	.000
Kualitas_Produk	.292	.058	.375	5.050	.000
Kepercayaan	.160	.074	.147	2.160	.033

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuab tabel 7 yang terletak di atas, memberikan persamaan $Y = 6,502 + 0,314X1 + 0,292X2 + 0,160X3$. Dengan persamaan ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari nilai konstanta pada persamaan tersebut yaitu 6,502, dapat dinyatakan bahwa apabila nilai keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan bernilai 0 atau tidak ada, maka nilai kepuasan konsumen akan sebesar 6,502.
2. Dari nilai pada variabel keragaman produk sebesar 0,314 yang positif, dapat dinyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada keragaman produk akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 31,4%.
3. Dari nilai pada variabel kualitas produk sebesar 0,292 yang positif, dapat dinyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada kualitas produk akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 29,2%.
4. Dari nilai pada variabel kepercayaan sebesar 0,160 yang positif, dapat dinyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada kepercayaan akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 16,0%.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.748	.743	1.235

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keragaman_Produk, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan tabel 8 yang terletak diatas, dapat dilihat bahwa hasil analisis koefisien determinasi (R²) telah disajikan. Tabel tersebut menunjukkan bahwa temuan memperoleh *r square* dengan bersaran persentase 74,8%. Dengan demikian, temuan ini dapat memberikan penjelasan bahwa dengan adanya keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan dengan bersamaan dapat memperoleh besara 74,% yang diperuntukan dalam menjelaskan kepuasan konsumen. Sementara ini, persentase menghasilkan sisa dengan besaran 25,2%, nilai tersebut tidak tertera pada kajian ini melainkan nilai tersbut dimaksudkan untuk faktor yang lain.

Pengujian Hipotesis Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Tabel 9 Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta		
	B	Std. Error			
1 (Constant)	6.502	.829		7.847	.000
Keragaman_Produk	.314	.038	.467	8.289	.000
Kualitas_Produk	.292	.058	.375	5.050	.000



Kepercayaan	.160	.074	.147	2.160	.033
-------------	------	------	------	-------	------

a. *Dependent Variable:* Kepuasan_Konsumen

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan tabel 9 yang tertera di atas, memberikan penjelasan tentang hasil uji t dapat memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Keragaman produk dengan dapat mengungkapkan besaran pada t hitung yang diperoleh 8,289, dengan nilai yang diperoleh tersebut tidak dapat melebihi nilai pada besaran t tabel (1,978). Kemudian *Sig.* mengungkapkan besaran nilai pada besaran 0,000, dengan nilai yang diperoleh tersebut dapat melebihi nilai batas signifikansi pada besaran 0,05. Temuan ini mengindikasikan, H1 diterima dan dinyatakan bahwa pada keragaman produk dapat dengan parsial memberikan hubungan dengan pengaruh yang positif serta dengan hubungan signifikan yang ditujukan kepada kepuasan konsumen.
2. Kualitas produk dengan dapat mengungkapkan besaran pada t hitung yang diperoleh 5,050, dengan nilai yang diperoleh tersebut tidak dapat melebihi nilai pada besaran t tabel (1,978). Kemudian *Sig.* mengungkapkan besaran nilai pada besaran 0,000, dengan nilai yang diperoleh tersebut dapat melebihi nilai batas signifikansi pada besaran 0,05. Temuan ini mengindikasikan, H2 diterima dan dinyatakan bahwa pada kualitas produk dapat dengan parsial memberikan hubungan dengan pengaruh yang positif serta dengan hubungan signifikan yang ditujukan kepada kepuasan konsumen.
3. Kepercayaan dengan dapat mengungkapkan besaran pada t hitung yang diperoleh 2,160, dengan nilai yang diperoleh tersebut tidak dapat melebihi nilai pada besaran t tabel (1,978). Kemudian *Sig.* mengungkapkan besaran nilai pada besaran 0,033, dengan nilai yang diperoleh tersebut dapat melebihi nilai batas signifikansi pada besaran 0,05. Temuan ini mengindikasikan, H3 diterima dan dinyatakan bahwa pada kepercayaan dapat dengan parsial memberikan hubungan dengan pengaruh yang positif serta dengan hubungan signifikan yang ditujukan kepada kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Tabel 10 Hasil Uji f (Simultan)

		ANOVA ^a				
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	580.574	3	193.525	126.932	.000 ^b
	<i>Residual</i>	195.154	128	1.525		
	<i>Total</i>	775.727	131			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan_Konsumen

b. *Predictors:* (Constant), Kepercayaan, Keragaman_Produk, Kualitas_Produk

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan tabel 10 yang tertera di atas, memberikan penjelasan tentang hasil uji f dapat memberikan penjelasan yang dapat mengungkapkan besaran pada f hitung yang diperoleh 126,932, dengan nilai yang diperoleh tersebut tidak dapat melebihi nilai pada besaran f tabel (2,68). Kemudian *Sig.* mengungkapkan besaran nilai pada besaran 0,000, dengan nilai yang diperoleh tersebut dapat melebihi nilai batas signifikansi pada besaran 0,05. Temuan ini mengindikasikan, Ha diterima dan dinyatakan bahwa pada keragaman produk, kualitas produk serta kepercayaan dapat dengan simultan memberikan hubungan dengan pengaruh yang positif serta dengan hubungan signifikan yang ditujukan kepada kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Keragaman produk dapat dengan parsial memberikan hubungan dengan pengaruh yang positif serta dengan hubungan signifikan yang ditujukan kepada kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut didapatkan dengan melalui pengujian dengan dapat mengungkapkan besaran pada t hitung yang diperoleh 8,289, dengan nilai yang diperoleh tersebut tidak dapat melebihi nilai pada besaran t tabel (1,978). Kemudian *Sig.* mengungkapkan besaran nilai pada besaran 0,000, dengan nilai yang diperoleh tersebut dapat melebihi nilai batas signifikansi pada besaran 0,05. Temuan ini menegaskan bahwa keragaman produk yang beragam dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan menyediakan berbagai pilihan produk yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan, perusahaan dapat



meningkatkan peluang untuk menciptakan pengalaman belanja yang positif dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Pembahasan tersebut dapat lebih dipertegas oleh penelitian Pramesti *et al.* (2021) serta Ardiansyah & Aprianti (2020), yang menegaskan bahwa dengan memiliki keragaman produk yang luas dapat memberikan pelanggan lebih banyak opsi untuk memilih dan memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik. Selain itu, keragaman produk juga dapat mencerminkan inovasi dan kreativitas perusahaan, yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk dapat dengan parsial memberikan hubungan dengan pengaruh yang positif serta dengan hubungan signifikan yang ditujukan kepada kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut didapatkan dengan melalui pengujian dengan dapat mengungkapkan besaran pada t hitung yang diperoleh 5,050, dengan nilai yang diperoleh tersebut tidak dapat melebihi nilai pada besaran t tabel (1,978). Kemudian *Sig.* mengungkapkan besaran nilai pada besaran 0,000, dengan nilai yang diperoleh tersebut dapat melebihi nilai batas signifikansi pada besaran 0,05. Temuan ini menegaskan kualitas produk yang tinggi juga dapat berkontribusi pada meningkatnya rekomendasi dan pengaruh konsumen. Ketika konsumen merasa puas dengan sebuah produk, mereka cenderung berbagi pengalaman positif mereka kepada orang lain, baik melalui kata-kata maupun media sosial. Ini dapat menciptakan efek domino di mana semakin banyak orang yang tertarik untuk mencoba produk tersebut.

Pembahasan tersebut dapat lebih dipertegas oleh penelitian Simanjuntak & Purba (2020) serta Novianti & Purba (2020), hasil temuan ini memiliki implikasi penting bagi perusahaan. Dengan meningkatkan kualitas produk yang mereka tawarkan, perusahaan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Hal ini dapat berkontribusi pada keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan menarik pelanggan baru.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepercayaan dapat dengan parsial memberikan hubungan dengan pengaruh yang positif serta dengan hubungan signifikan yang ditujukan kepada kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut didapatkan dengan melalui pengujian dengan dapat mengungkapkan besaran pada t hitung yang diperoleh 2,160, dengan nilai yang diperoleh tersebut tidak dapat melebihi nilai pada besaran t tabel (1,978). Kemudian *Sig.* mengungkapkan besaran nilai pada besaran 0,033, dengan nilai yang diperoleh tersebut dapat melebihi nilai batas signifikansi pada besaran 0,05. Temuan ini menegaskan dengan memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada pelanggan tentang produk atau layanan yang ditawarkan, perusahaan menunjukkan transparansi yang dapat menghasilkan kepercayaan pelanggan. Pelanggan yang merasa bahwa mereka mendapatkan informasi yang lengkap dan jujur akan merasa lebih percaya dan puas dengan keputusan pembelian mereka.

Pembahasan tersebut dapat lebih dipertegas oleh penelitian Kasinem (2020) serta Caniago (2022), temuan dari penelitian ini menekankan pentingnya membangun kepercayaan dalam bisnis dan pemasaran. Perusahaan harus berupaya untuk membangun dan memelihara kepercayaan konsumen melalui komunikasi yang jujur, dan pemenuhan janji yang diberikan. Dalam melakukan hal tersebut, perusahaan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kesuksesan bisnis mereka

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Keragaman produk, kualitas produk serta kepercayaan dapat dengan simultan memberikan hubungan dengan pengaruh yang positif serta dengan hubungan signifikan yang ditujukan kepada kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut didapatkan dengan melalui pengujian yang dapat mengungkapkan besaran pada f hitung yang diperoleh 126,932, dengan nilai yang diperoleh tersebut tidak dapat melebihi nilai pada besaran f tabel (2,68). Kemudian *Sig.* mengungkapkan besaran nilai pada besaran 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa dengan adanya keragaman produk, kualitas produk, dan kepercayaan saling berinteraksi dan berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan ketiga faktor ini secara serentak dalam strategi mereka untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen dan mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini:

1. Keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.
3. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.
4. Keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, F., & Aprianti, K. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima. *Jurnal BRAND*, 2(2), 163–169.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggaraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café ' Els Coffe Dipadang The Effect Of Service Quality And Product Quality Towards Customer Satisfaction In Cafe El ' Ss Coffe In Padang *Reforman Bago ; Agus Sutardjo ; Meri*. 4(2), 215–226.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>
- Gunawan, I., Sri, S. F. D., & Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1–17.
- Harahap, Z., Leonandri, D., & Julvitra, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di 71st Omakase Restoran, Cikajang Jakarta. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), 120–131. <https://doi.org/10.36983/japm.v8i2.93>
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Novianti, Y., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah. 5(2).
- Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Jimp*, 1(1), 27–39.
- Savila, D., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 18–26. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3734>
- Simanjuntak, P., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Holland Bakery Di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(01), 315–329.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Wijaya, V. A., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Agen Pulsa Jaya Reload Kediri. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 20(1), 105–123.

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsibisnis@gmail.com

Pengaruh Faktor Sosial, Ekspektasi Kinerja, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dewi Sulistiyo Rini^{1*}, Hasim As'ari²

¹Fakultas Ekionomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta
dewisulistiyo191@gmail.com*

Received 8 Juni 2023 | Revised 15 Juni 2023 | Accepted 27 Juni 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh faktor sosial, ekspektasi kinerja, persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial dan ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Sedangkan persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

Keywords: Faktor Sosial; Ekspektasi Kinerja; Persepsi Kepercayaan

Abstract

The purpose of this research is to find out how social factors, performance expectations, perceived trust and perceived ease of use influence the interest in using accounting applications. The method used in this study is a quantitative method. The results of the study show that social factors and performance expectations have a positive effect on the interest in using accounting applications. Meanwhile, perceptions of trust and perceived ease of use do not affect interest in using accounting applications.

Keywords: Social Factors; Performance Expectations; Perception of Trust

PENDAHULUAN

Pengembangan bisnis melalui integrasi teknologi informasi adalah cara pelaku UMKM untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi (Rohmah & Arisudhana, 2022). Kemajuan teknologi informasi ditandai dengan banyaknya aplikasi akuntansi yang diluncurkan oleh perusahaan pengembang yang dapat mempermudah pelaku UMKM. Aplikasi akuntansi atau sistem informasi akuntansi sangat penting untuk memberikan kemudahan dalam mengumpulkan, menyimpan dan mengelola data akuntansi dari transaksi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Laudon & Jane, 2014). Data dari Dinas Koperasi dan UKM DIY sampai bulan April 2023 di Kabupaten Kulon Progo ada sebanyak 35.918 UMKM (Dinas Koperasi dan UKM DIY, 2021). Sedangkan pengguna aplikasi akuntansi melalui *smartphone* sebanyak 3.259 UMKM atau sebesar 9% dari keseluruhan UMKM di Kabupaten Kulon Progo. Hal ini menjadi dasar dari pertanyaan “kenapa pengguna aplikasi akuntansi sangat jauh berbeda dibandingkan dengan jumlah pelaku UMKM?”. Hal tersebut disebabkan oleh pelaku UMKM yang terdaftar belum semuanya mencatat laporan keuangan memakai aplikasi, banyak

kemungkinan salah satunya karena terkendala usia dan ilmu yang dimiliki, walaupun sudah mencatat laporan keuangan secara manual (Astiyah & Budiantara, 2023).

Ada empat faktor penentu di Teori Penerimaan Teknologi Terpadu yang dapat mempengaruhi keinginan pelaku UMKM untuk memakai aplikasi akuntansi yaitu faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, ekspektasi kinerja dan ekspektasi upaya. Faktor penentu ini merangsang niat dan perilaku pengguna (Venkatesh et al., 2003). Beberapa faktor penentu lain yang dipaparkan oleh penelitian terdahulu yaitu persepsi kepercayaan (Chen et al., 2023), serta persepsi kemudahan penggunaan (Astiyah & Budiantara, 2023). Faktor pertama adalah pengaruh sosial yaitu pengaruh yang datang dari lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi pengguna teknologi untuk bersikap terbuka atau tidak ingin memakai teknologi tersebut (von der Assen, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu karena saran dari orang lain. Faktor yang kedua adalah ekspektasi kinerja yaitu gambaran dari manfaat yang dirasa oleh pengguna dari penggunaan teknologi (von der Assen, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dari kinerja aplikasi akuntansi tanpa melakukan pencatatan secara manual akan mempengaruhi keinginan pelaku UMKM untuk memakai aplikasi akuntansi. Faktor ketiga adalah persepsi kepercayaan yaitu sejauh mana perilaku pengguna mempercayai informasi yang diberikan oleh teknologi (Chen et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh pelaku UMKM akan mempengaruhi keinginan untuk memakai aplikasi akuntansi. Faktor keempat adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan yaitu manfaat yang didapat oleh pengguna yang berasal dari penggunaan teknologi (von der Assen, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UMKM akan mempengaruhi keinginan untuk memakai aplikasi akuntansi.

Hasil dari penelitian terdahulu yaitu pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi (Astiyah & Budiantara, 2023), pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat pelanggan untuk memakai teknologi digital (Chen et al., 2023), pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat memakai internet marketing (Hakim & Nurkamid, 2017). Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat pelanggan untuk memakai teknologi digital (von der Assen, 2023), ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat perilaku, pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku, (Alomari & Abdullah, 2023), ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap niat memakai internet marketing (Hakim & Nurkamid, 2017). Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penerapan aplikasi akuntansi (Prasetyo, 2021), persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi seluler (Astiyah & Budiantara, 2023). Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat memakai *go-pay* (Rahardja et al., 2023), persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat pengguna (Asnawati et al., 2022)..

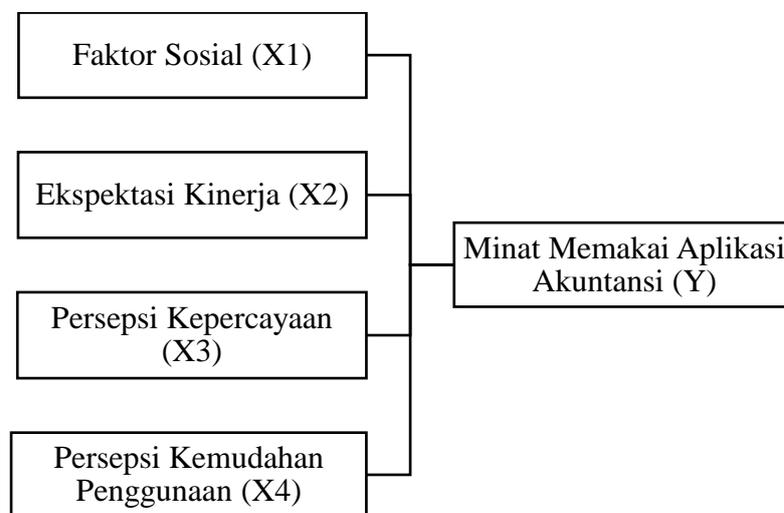
Motivasi dari penelitian ini adalah peneliti memakai konstruk dari teori UTAUT yaitu faktor sosial, ekspektasi kinerja dan melanjutkan penelitian dari Astiyah & Budiantara (2023) dengan menambahkan konstruk persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang diharapkan dapat memberikan hasil yang berbeda dan lebih terbaharui. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Pengaruh Faktor Sosial, Ekspektasi Kinerja, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Aplikasi Keuangan”.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Banyak teori dikembangkan guna mengukur keinginan pengguna memakai teknologi baru (Kar & Kushwaha, 2021). Contohnya Model Penerimaan Teknologi (TAM) (Davis, 1989), Teori Perilaku Terencana (TPB) (Ajzen, 1991), Model Pemanfaatan PC (MPCU) (Thompson et al., 1991), *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Venkatesh et al., 2003) dan Difusi Teori Inovasi (DOI) (Rogers, 2010) Penelitian ini menyarankan model konseptual dari minat memakai aplikasi akuntansi di Dusun Berenan memakai UTAUT sebagai landasan teori untuk penelitian ini. Teori UTAUT dapat mengukur taraf penerimaan dan penggunaan teknologi. Sedangkan minat adalah

ketertarikan akan satu hal, dengan adanya minat seseorang akan melakukan suatu hal, sebaliknya jika tidak memiliki minat maka seseorang tidak akan melakukan suatu hal. Model UTAUT ini digunakan dalam beberapa penelitian minat penggunaan aplikasi akuntansi berbasis seluler (Astiyah & Budiantara, 2023), niat perilaku untuk memakai *cryptocurrency* di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Arab Saudi (Alomari & Abdullah, 2023). Jika dibandingkan dengan teori penerimaan lain, teori UTAUT dapat menjelaskan lebih detail tentang penggunaan teknologi (Beh et al., 2021). Dalam teori UTAUT ada empat faktor penentu yaitu faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, ekspektasi kinerja dan ekspektasi upaya. Faktor yang dipilih oleh penulis untuk digunakan pada penelitian ini adalah faktor social dan ekspektasi kinerja (Venkatesh et al., 2003). Faktor penentu lain yang dipilih dari penelitian terdahulu yaitu persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Astiyah & Budiantara, 2023).

Kerangka Pemikiran



Tabel 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

H2 : Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

H3 : Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

H4 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

METODE

Pada penelitian ini penulis memilih data kuantitatif, sedangkan data primer sebagai sumber data dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM yang ada di Dusun Berenan, Kelurahan Bendungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kulon Progo. Penulis memilih pelaku UMKM yang ada di Dusun Berenan, Kelurahan Bendungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kulon Progo sebagai populasi. Metode *purposive sampling* dipilih penulis sebagai metode pengambilan sampel dengan kriteria pelaku UMKM yang belum memakai aplikasi akuntansi, dan termasuk jenis usaha mikro. Jumlah sampel pada penelitian ini dihitung memakai rumus *Slovin* dan mendapatkan hasil 38 responden. Penulis memilih teknik regresi linier berganda dengan memakai aplikasi IBM SPSS Statistics 26. Uji yang digunakan pada penelitian ini adalah uji kualitas data (uji validitas, uji reliabilitas, uji statistic deskriptif), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas , uji t).

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui keabsahan suatu kuesioner. Responden yang dipilih dalam uji validitas ini berjumlah minimal 30 pelaku UMKM yang lolos kriteria usaha mikro di Dusun Berenan. Saat melakukan pengujian penulis memadankan r hitung dan r tabel. Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	t table (5%)	Keterangan
Faktor Sosial	FS_1	0,602	0,361	Valid
	FS_2	0,927	0,361	Valid
	FS_3	0,872	0,361	Valid
Espektasi Kinerja	EK_1	0,945	0,361	Valid
	EK_2	0,640	0,361	Valid
	EK_3	0,921	0,361	Valid
Perspesi Kepercayaan	PK_1	0,780	0,361	Valid
	PK_2	0,749	0,361	Valid
	PK_3	0,701	0,361	Valid
	PK_4	0,798	0,361	Valid
	PK_5	0,701	0,361	Valid
	PK_6	0,749	0,361	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PKP_1	0,672	0,361	Valid
	PKP_2	0,910	0,361	Valid
	PKP_3	0,755	0,361	Valid
	PKP_4	0,871	0,361	Valid
	PKP_5	0,860	0,361	Valid
Minat Memakai	MM_1	0,745	0,361	Valid
	MM_2	0,853	0,361	Valid
	MM_3	0,868	0,361	Valid

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Jumlah responden pada uji ini minimal 30 orang yang lolos kriteria usaha mikro di Dusun Berenan. Dari data pada tabel 1 menunjukkan bahwa pertanyaan setiap variabel memiliki r hitung > dari r tabel. Disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan setiap variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Penulis memakai *Cronbach's Alpha* pada penelitian ini. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70 maka variabel dapat dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbac's Alpha	Keterangan
Faktor Sosial	0,745	Reliabel
Espektasi Kinerja	0,792	Reliabel
Perspesi Kepercayaan	0,841	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,829	Reliabel
Minat Memakai	0,763	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Data pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel lebih besar dari 0,70. Sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4. Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	38	9,00	12,00	11,5789	0,79293
X2	38	8,00	12,00	10,7632	1,73102
X3	38	18,00	24,00	22,5000	1,85633
X4	38	10,00	20,00	18,5789	2,38952
X1	38	8,00	12,00	10,8421	1,46170
Valid N (listwise)	38				

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Uji ini bertujuan untuk melihat gambaran data secara umum. Skala likert 1 sampai 4 digunakan saat pengukuran data, pada setiap variabel memiliki jumlah pertanyaan yang bervariasi. Tabel 3 dapat dijabarkan sebagai berikut:

Pada variabel faktor sosial (X1) terdapat 3 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 9 dan nilai maximum 12, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 9 dan penilaian tertinggi sebesar 12. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 11,5789 dan standar deviasi sebesar 0,79293, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 11,5789 dan ukuran penyebaran data sebesar 0,79293 dari 38 responden.

Pada variabel ekspektasi kinerja (X2) terdapat 3 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum 12, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 8 dan penilaian tertinggi sebesar 12. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 10,7632 dan standar deviasi sebesar 1,73102, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 10,7632 dan ukuran penyebaran data sebesar 1,73102 dari 38 responden.

Pada variabel persepsi kepercayaan (X3) terdapat 6 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum 24, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 18 dan penilaian tertinggi sebesar 24. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 22,5000 dan standar deviasi sebesar 1,85633, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 22,5000 dan ukuran penyebaran data sebesar 1,85633 dari 38 responden.

Pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (X4) terdapat 5 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum 20, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 10 dan penilaian tertinggi sebesar 20. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 18,5789 dan standar deviasi sebesar 2,38952, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 18,5789 dan ukuran penyebaran data sebesar 2,38952 dari 38 responden.

Pada variabel minat memakai (Y) terdapat 3 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum 12, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 8 dan penilaian tertinggi sebesar 12. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 10,8421 dan standar deviasi sebesar 1,46170, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 10,8421 dan ukuran penyebaran data sebesar 1,46170 dari 38 responden.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini memakai uji *Kolmogorov Smirnov*. Apabila probabilitas > 0,05 data dapat dinyatakan terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000
	Std. Deviation	0,94054242
Most Extreme Differences	Absolute	0,127
	Positive	0,102



	Negative	- 0,127
Test Statistic		0,127
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,128 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Data pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig* pada penelitian ini adalah 0,128 artinya nilai tersebut > 0,05. Sehingga data yang digunakan dinyatakan terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antar variabel independen. Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≤ 10 , dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,756	3,172		0,554	0,583		
Faktor Sosial	0,501	0,211	0,272	2,377	0,023	0,959	1,042
Espektasi Kinerja	0,641	0,097	0,759	6,631	0,000	0,957	1,045
Perspesi Kepercayaan	-0,112	0,094	-0,142	-1,186	0,244	0,874	1,144
Persepsi Kemudahan Yang Dirasakan	-0,059	0,074	-0,097	-0,798	0,431	0,854	1,171

- a. Dependent Variable: Y

Data pada tabel 5 menunjukan bahwa seluruh variabel independen mempunyai nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai *VIF* ≤ 10 . Sehingga tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ketidakserasian variansi antar residual pengamatan. Uji *Glejser* dipilih oleh penulis, apabila nilai signifikansinya $\geq 0,05$ artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas . Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2,253	1,570			1,435	0,161
Faktor Sosial	-0,207	0,102	-0,333		-2,032	0,050
Espektasi Kinerja	-0,084	0,049	-0,266		-1,704	0,098
Perspesi Kepercayaan	0,081	0,045	0,286		1,820	0,078
Persepsi Kemudahan Yang Dirasakan	-0,007	0,046	-0,025		-0,151	0,881

- a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Data pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari seluruh variabel independen $\geq 0,05$. Sehingga data pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas .

Uji Hipotesis
Uji Statistik t

Tabel 8. Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	1,693	2,961		0,572	0,571
Faktor Sosial	0,453	0,192	0,297	2,360	0,024
Ekspektasi Kinerja	0,539	0,093	0,700	5,818	0,000
Persepsi Kepercayaan	-0,063	0,084	-0,090	-0,747	0,460
	-0,020	0,087	-0,029	-0,225	0,823

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Berikut persamaan regresi dari hasil uji t diatas:

$$Y = 1,693 + 0,453X_1 + 0,539X_2 - 0,063X_3 - 0,020X_4 + e$$

Pembahasan

Pengaruh Faktor Sosial terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dari uji t yang dilakukan pada faktor sosial, mendapatkan hasil H₁ diterima. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan dari faktor sosial terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Pernyataan tersebut menunjukkan pelaku UMKM mendapat dorongan dari lingkungan sekitar seperti kerabat, teman, sesama pebisnis untuk memungkinkan pelaku UMKM memakai aplikasi akuntansi sebagai aplikasi pencatatan transaksi keuangan. Semakin besar pengaruh faktor sosial maka semakin besar juga minat untuk memakai aplikasi akuntansi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Astiyah & Budiantara (2023), bahwa faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap niat pengguna.

Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dari uji t yang dilakukan pada ekspektasi kinerja, mendapatkan hasil H₂ diterima. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan dari ekspektasi kinerja terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM yakin aplikasi akuntansi dapat meningkatkan kinerja pengguna dengan tersedianya hasil laporan keuangan yang akurat dan mudah untuk dibuat. Semakin besar pengaruh ekspektasi kinerja aplikasi maka semakin besar juga minat untuk memakai aplikasi akuntansi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian von der Assen (2023), bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap niat pengguna.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dari uji t yang dilakukan pada variabel persepsi kepercayaan, mendapatkan hasil H₃ ditolak. Dapat diartikan bahwa persepsi kepercayaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin besar rasa percaya responden tidak dapat memberikan pengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Meskipun pelaku UMKM percaya aplikasi akuntansi akan memberikan dampak positif seperti kemudahan pencatatan laporan keuangan secara digital tetapi pelaku UMKM tidak berkeinginan untuk memakai aplikasi akuntansi, karena sebagian besar dari pelaku UMKM merasa tidak menutup kemungkinan bahwa aplikasi akuntansi tidak akan menyebarluaskan data yang tersimpan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Astiyah & Budiantara (2023), bahwa persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi seluler.



Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dari uji t yang dilakukan pada persepsi kemudahan penggunaan, mendapatkan hasil H_4 ditolak. Dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin besar tingkat kemudahan penggunaan aplikasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Meskipun pelaku UMKM yakin aplikasi akuntansi mempermudah pencatatan laporan keuangan secara digital tetapi pelaku UMKM tidak berkeinginan untuk memakai aplikasi akuntansi, karena sebagian besar dari pelaku UMKM merasa bahwa aplikasi akuntansi tidak semudah itu untuk mencatat laporan keuangan secara digital dan mereka lebih senang untuk mencatat laporan keuangan secara manual. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Asnawati et al. (2022), bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat pengguna.

SIMPULAN

Berdasarkan penjabaran diatas, diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
2. Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
3. Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
4. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alhassan, M. D., Kolog, E. A., & Boateng, R. (2020). Effect of gratification on user attitude and continuance use of mobile payment services: a developing country context. *Journal of Systems and Information Technology*, 22(4), 351–378. <https://doi.org/10.1108/JSIT-01-2020-0010>
- Alomari, A. S. A., & Abdullah, N. L. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use Cryptocurrency among Saudi Arabian public university students: Moderating role of financial literacy. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2178092. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2178092>
- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic word of mouth and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/I.IJDNS.2021.10.001>
- Astiyah, A., & Budiantara, M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Umkm Untuk Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Seluler Di Dusun Bugel Sampang Kabupaten Cilacap. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 28(1), 76–86. <https://doi.org/10.23960/jak.v28i1.792>
- Beh, P. K., Ganesan, Y., Iranmanesh, M., & Froughi, B. (2021). Using smartwatches for fitness and health monitoring: the UTAUT2 combined with threat appraisal as moderators. *Behaviour & Information Technology*, 40(3), 282–299. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1685597>
- Chen, L., Jia, J., & Wu, C. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use contactless financial services in the banking industry: An application and extension of UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1096709>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dinas Koperasi dan UKM DIY. (2021). *Peta UKM DIY Per Kalurahan*. https://Sibakuljogja.Jogjaprovo.Go.Id/Publik/Diy_map.Php
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9*. http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=19545

- Hakim, M., & Nurkamid, M. (2017). Model Adopsi Ukm Di Kudus Terhadap E-Commerce. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8, 339. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i1.974>
- Kar, A. K., & Kushwaha, A. K. (2021). Facilitators and Barriers of Artificial Intelligence Adoption in Business – Insights from Opinions Using Big Data Analytics. *Information Systems Frontiers*. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10219-4>
- Laudon, K. C. ;, & Jane, P. L. (2014). *Sistem Informasi Manajemen : Mengelola Perusahaan Digital* (13th ed.). Jakarta : Salemba Empat .
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>
- Prasetyo, R. G. A. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penerapan Aplikasi Akuntansi Berbasis Seluler Pada UMKM Di Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Rahardja, U., Hapsari, I. D., Putra, P. O. H., & Hidayanto, A. N. (2023). Technological readiness and its impact on mobile payment usage: A case study of go-pay. *Cogent Engineering*, 10(1), 2171566. <https://doi.org/10.1080/23311916.2023.2171566>
- Rakhmawati, S. (2013). Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. In *ASSETS: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* (Vol. 2, Issue 2).
- Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations*. Simon and Schuster.
- Rohmah, K. L., & Arisudhana, A. (2022). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Bantuan Pemerintah, Penggunaan Teknologi Dan Manajemen Krisis Terhadap Ketahanan Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Riset Akuntansi Mercuri Buana*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.26486/jramb.v8i1.2086>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125–143. <https://doi.org/10.2307/249443>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Viana Pereira, F., Tavares, J., & Oliveira, T. (2023). Adoption of video consultations during the COVID-19 pandemic. *Internet Interventions*, 31, 100602. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.invent.2023.100602>
- von der Assen, L. (2023). Digitalization as a Provider of Sustainability?—The Role and Acceptance of Digital Technologies in Fashion Stores. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054621>
- Wu, I.-L., Chiu, M.-L., & Chen, K.-W. (2020). Defining the determinants of online impulse buying through a shopping process of integrating perceived risk, expectation-confirmation model, and flow theory issues. *International Journal of Information Management*, 52, 102099. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102099>

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsibisnis@gmail.com

Pengaruh *Work Environment*, *Work-Life Balance* terhadap *Employee Performance* pada Karyawan di PT. Nusa Toyotetsu Corporation

Sherly Nira Firanti^{1*}, Dita Oki Berliyanti²
Progam Studi Manajemen, Universitas Trisakti Jakarta
sherly022001901072@std.trisakti.ac.id^{1*}

Received 17 Juli 2023 | Revised 28 Juli 2023 | Accepted 15 September 2023
*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Work Environment* dan *Work-Life Balance* terhadap *Employee Engagement* pada karyawan di PT Nusa Toyotetsu Corp. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling kepada 55 karyawan di PT Nusa Toyotetsu Corp. dengan menyebarkan kuesioner secara online. Metode analisis data yang digunakan merupakan metode regresi berganda dengan SPSS versi 25. Dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner, data yang diperoleh dari penelitian dianalisis dengan metode analisis kuantitatif yaitu persamaan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Work Environment* berpengaruh terhadap *Employee Performance*. *Work-Life Balance* berpengaruh terhadap *Employee Performance*. Selanjutnya, perusahaan perlu meningkatkan keseimbangan kerja karyawan, memperbaiki kondisi lingkungan dan memperhatikan stress karyawan, yang kesemuanya dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Kata Kunci: *Work Environment; Work-Life Balance; Employee Performance*

Abstract

This study aims to analyse the effect of Work Environment and Work-Life Balance on Employee Engagement on employees at PT Nusa Toyotetsu Corp. Sampling used in this research is purposive sampling to 55 employees at PT Nusa Toyotetsu Corp. by distributing online questionnaires. The data analysis method used is the multiple regression method with SPSS version 25. By using the data collection method through questionnaires, the data obtained from the study were analysed by quantitative analysis methods, namely multiple regression equations. The results showed that the work environment had an effect on employee performance. Compensation has an effect on employee performance. Furthermore, companies need to improve employee work balance, improve environmental conditions and pay attention to employee stress, all of which are done to improve employee performance.

Keyword : *Work Environment; Work-Life Balance; Employee Performance*

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Perusahaan harus mengelola sumber daya manusianya untuk diarahkan menjadi pemikir dan penentu jalannya perusahaan dan menjadi pelaksana bagi kelangsungan perusahaan secara terus menerus. Maka berhasil atau tidaknya suatu organisasi perusahaan dalam mewujudkan tujuannya sangatlah bergantung pada sumber daya manusia yang dimilikinya (Lumunon et al., 2019).

Untuk memperoleh *employee performance* yang baik tidak mudah karena dipengaruhi beberapa factor, diantaranya adanya kualitas kehidupan kerja yang baik. Melalui upaya melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan, karyawan akan merasa turut bertanggung jawab dan merasa turut memiliki atas keputusan dimana ia turut berpartisipasi di dalamnya (Badrianto & Ekhsan, 2021). Penelitian Raziq & Maulabakhsh pada (Irwan et al., 2022) menyebutkan bahwa *work environment* yang baik salah satunya meningkatkan *employee performance* dimana pada akhirnya mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. *Work-life balance* mengacu pada individu yang memiliki cukup waktu untuk memiliki keseimbangan dalam pekerjaan dan kehidupan pribadi, seperti dapat menghabiskan waktu bersama anggota keluarga, mendapatkan waktu luang untuk bersantai, adanya komunikasi yang baik dengan rekan kerja, dan mampu menyelesaikan pekerjaannya dengan baik (Ayushi Vyas & Dr. Deepak Shrivastava, 2017). Sedangkan menurut (Larasati et al., 2019) *Work-life balance* juga merupakan suatu cara untuk karyawan memiliki gaya hidup sehat dan bermanfaat, sehingga hal tersebut dapat memengaruhi peningkatan kinerja mereka.

Penelitian ini mengambil objek penelitian pada PT. Nusa Toyotetsu Corp (NTC) yang merupakan perusahaan gabungan antara Toyota Iron Works Co., Ltd dan PT Nusa Cendana Harum. Berdiri sejak tahun 1995, NTC berfokus pada produksi komponen logam otomotif dan suplai ke perusahaan otomotif terbesar di Indonesia yaitu Toyota dan Astra Daihatsu Motor (ADM). Pada PT. Nusa Toyotetsu Corp (NTC) sangat membutuhkan kinerja karyawan yang tinggi untuk meningkatkan produktivitas perusahaan, karena dengan memiliki tanggung jawab yang tinggi, tujuan yang realistis, rencana kerja yang komprehensif, berani mengambil risiko maka produktivitas perusahaan akan meningkat, oleh karena itu salah satunya dengan meminimalkan stres kerja dan menciptakan suasana yang baik. dan lingkungan kerja yang kondusif. Untuk itu, dengan melihat lingkungan kerja PT. Nusa Toyotetsu Corp (NTC) dari pengamatan yang dilakukan yaitu suasana kerja di lingkungan eksternal yang berada di kawasan industri dengan kondisi yang sangat panas, berhadapan dengan alat berat yang berbahaya, barang ekspor dan iklim yang cenderung keras merupakan masalah yang mungkin terjadi di lingkungan kerja.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan *survey research* pada PT Nusa Toyotetsu Corp. Pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan *hypothesis testing* yang menjadi dugaan sementara yang telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi berganda dengan SPSS versi 25 dengan unit analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah karyawan. Adapun metode pengumpulan sampel digunakan dengan metode *purposive sampling* karena sampel yang digunakan diambil dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data diperoleh dari karyawan yang bekerja di PT Nusa Toyotetsu yang bergerak di bidang produksi pembuatan komponen logam otomotif sebanyak 55 responden. Pengambilan data dilakukan dengan *cross sectional* karena data diambil pada kurun waktu yang telah ditentukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online. Kemudian seluruh item pernyataan diukur dengan menggunakan Skala Likert dengan interval skor dari 1 sampai dengan 5. Pernyataan-pernyataan untuk variabel *work environment* diukur dengan 7 item pernyataan yang diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Guan, 2017). Untuk variabel *work-life balance* diukur dengan 9 item pernyataan yang diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Pranitasari, 2020). Dan untuk variabel *employee performance* diukur dengan 10 item pernyataan yang diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Hasanah, 2018).

Kemudian uji validitas dilakukan dengan mencari korelasi melalui software SPSS versi 25 dari setiap item pernyataan terhadap skor total menggunakan teknik korelasi dengan tingkat kesalahan atau *level of significant* sebesar 5% dimana jika nilai p-value > 0,05 maka item pernyataan dinyatakan tidak valid dan jika nilai p-value < 0,05 maka item pernyataan dinyatakan valid dimana dalam penelitian ini

semua item-item pernyataan yang dilakukan pengujiannya dinyatakan valid. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalan sebuah kuesioner yang dilakukan melalui software SPSS versi 25, dimana jika koefisien *cronbach's alpha* ≥ 60 maka *cronbach's alpha* dinyatakan *acceptable* dan jika *cronbach's alpha* $< 0,60$ maka *cronbach's alpha* dinyatakan tidak *acceptable* dimana dalam penelitian ini semua item pernyataan yang dilakukan pengujiannya dinyatakan reliabel.

HASIL dan PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik deskriptif

	n	Mean
<i>Work Environment</i>	55	4,2957
<i>Work-Life Balance</i>	55	2,9366
<i>Employee Performance</i>	55	4,1910

Sumber: Pengolahan data SPSS 25

Berdasarkan hasil statistik deskriptif untuk *work environment* diketahui bahwa nilai rata-rata sebesar 4,2957. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan PT Nusa Toyotetsu Corp. merasakan pengaruh positif dari *work environment* dimana kenyamanan lingkungan kerja dapat mempengaruhi kinerja seorang karyawan di tempat kerja agar mereka bekerja lebih optimal. Dengan nilai rata-rata terendah dari variabel *work environment* sebesar 4,02 yang menunjukkan bahwa karyawan di PT Nusa Toyotetsu Corp. tidak merasakan ketidaknyamanan di lingkungan kerja sehingga karyawan tetap memiliki kinerja yang baik selama di tempat kerja. Dari hasil statistik deskriptif untuk *work-life balance* diketahui bahwa nilai rata-rata sebesar 2,9366. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan di PT Nusa Toyotetsu Corp. memiliki keseimbangan terhadap kehidupan kerja dan kehidupan pribadi yang cukup baik dimana aktivitas kerja mengganggu kehidupan pribadi seorang karyawan di tempat kerja akibat dari ketidakseimbangan kegiatan kerja dengan kebutuhan pribadi. Dengan nilai rata-rata terendah dari variabel *work-life balance* sebesar 2,13 yang menunjukkan bahwa karyawan tidak merasakan tempat kerja yang mereka tempati, memberikan beban kerja yang berlebihan sehingga membuat karyawan kehilangan waktu untuk melakukan aktivitas pribadinya. Kemudian, dari hasil statistik deskriptif untuk *employee performance* diketahui bahwa nilai rata-rata sebesar 4,1910. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan di PT Nusa Toyotetsu Corp. cukup merasakan kinerja yang baik di kantor dimana lingkungan kerja yang mereka tempati memungkinkan mereka untuk bekerja secara efisien. Dengan nilai rata-rata terendah dari variabel *employee performance* sebesar 4,04 yang menunjukkan bahwa karyawan tidak merasakan apabila karyawan tersebut tidak memiliki kinerja yang tidak baik di lingkungan kerja.

Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan metode *multiple regression*. Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji hipotesis ialah sebagai berikut : Jika *p-value* < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh) dan jika *p-value* > 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh) (Hair et al., 2021).

Tabel 2. Uji Hipotesis

Hipotesis	β	Sig	Keputusan
<i>Work Environment</i> \rightarrow <i>Employee Performance</i>	0,738	0,001	H_a didukung
<i>Work-Life Balance</i> \rightarrow <i>Employee Performance</i>	0,283	0,047	H_a didukung

Sumber : Pengolahan Data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengujian pengaruh *work environment* terhadap *employee performance* diperoleh nilai sig sebesar 0,001 dengan nilai β sebesar 0,738 sehingga terdapat pengaruh positif. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Lukito & Alriani, 2018 ;Eni Dwi Lestari, 2020; Hanafi & Zulkifli, 2018)

mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *work environment* terhadap *employee performance*. Dimana semakin baik *work environment* di tempat kerja maka *work performance* karyawan juga akan meningkat, ketika perusahaan membangun lingkungan kerja yang baik untuk karyawan, maka karyawan akan merasa nyaman sehingga dapat menimbulkan tingkat *employee performance* yang baik. Kemudian, berdasarkan hasil pengujian hipotesis *work-life balance* terhadap *employee performance* maka diperoleh nilai sig sebesar 0,047 dengan nilai β sebesar 0,283, sehingga terdapat pengaruh positif. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ardiansyah & Surjanti, 2020; Mokal et al, 2019) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh *work-life balance* terhadap *employee performance*. Hal ini diartikan sebagai pengaruh yang memberikan dampak positif sehingga semakin seorang karyawan merasakan *work-life balance* yang baik maka akan cukup meningkatkan *employee performance*. Dimana keseimbangan antara kehidupan kerja dengan kehidupan pribadi mempengaruhi kinerja seorang karyawan secara baik bila keseimbangan tersebut didapatkan dengan baik juga.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai hasil analisis *work environment* pada karyawan PT Nusa Toyotetsu Corp. dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merasakan bahwa terjadinya *work environment* yang baik pada perusahaan tersebut, seperti rasa aman dan nyaman yang dialami selama berkeja di kantor. Baik berupa fisik maupun non-fisik. Karyawan PT Nusa Toyotesu Corp. juga merasakan adanya *work-life balance* yang cukup baik terjalin di perusahaan tersebut. Perusahaan dapat dengan baik membagi waktu karyawan antara kehidupan kerja dengan kehidupan pribadi, sehingga membuat peningkatan terhadap *employee performance* itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, C. A., & Surjanti, J. (2020). Pengaruh Work Life Balance terhadap Kinerja Karyawan melalui Komitmen Organisasi pada Karyawan PT. Bhinneka Life Indonesia Cabang Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1211. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1211-1221>
- Ayushi Vyas, & Dr. Deepak Shrivastava. (2017). Factors Affecting Work Life Balance - A Review. *Pacific Business Review International*, 9(7), 194–200.
- Badrianto, Y., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Work-life Balance terhadap Kinerja Karyawan yang di Mediasi Komitmen Organisasi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 951–962. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.460>
- Eni Dwi Lestari. (2020). Pengaruh Motivasi, Kesiimbangan Kehidupan Kerja dan Keterlibatan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada PT Bank UOB Indonesia Wilayah 2). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 4(1), 125–134. [http://repository.stei.ac.id/1752/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/1752/2/21150000358_Artikel Inggris_2020..pdf](http://repository.stei.ac.id/1752/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/1752/2/21150000358_Artikel%20Inggris_2020..pdf)
- Guan. (2017). Pengaruh lingkungan kerja dan sikap kerja terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Kec. Gerunggang Pangkalpinang. *Universitas Bangka Belitung*. [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10947/Mi%C3%B1ano Guevara%2C Karen Anali.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3346/DIVERSIDAD DE MACROINVERTEBRADOS ACU%C3%81TICOS Y SU.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10947/Mi%C3%B1ano%20Karen%20Anali.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3346/DIVERSIDAD%20DE%20MACROINVERTEBRADOS%20ACU%C3%81TICOS%20Y%20SU.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2021). Advanced issues in partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 4(1), 197.

- Hanafi, A., & Zulkifli, Z. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Serta Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*, 7(2). <https://doi.org/10.33373/dms.v7i2.1702>
- Hasanah, F. (2018). *Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pos Indonesia Kota Probolinggo*. <http://repository.upm.ac.id/id/eprint/259>
- Irwan, A., Ismail, A., Latif, N., & Pradana M, A. Z. P. (2022). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. *Kinerja*, 19(2), 191–198. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.10997>
- Larasati, D. P., Hasanati, N., & Istiqomah, -. (2019). *The Effects of Work-Life Balance towards Employee Engagement in Millennial Generation*. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.93>
- Lukito, L. H., & Alriani, I. M. (2018). Pengaruh beban kerja, lingkungan kerja, stres kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Sinarmas Distribusi Nusantara Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 25(45), 24–35.
- Lumunon, R. R., Sendow, G. M., & Uhing, Y. (2019). Pengaruh Work Life Balance, Kesehatan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Tirta Investama (Danone) Aqua Airmadidi the Influence of Work Life Balance, Occupational Health and Workload on Employee Job Satisfaction Pt. Tirta Investama. *Jurnal EMBA*, 7(4), 4671–4680. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/25410>
- Mokalu et al. (2019). Peran Work-Life Balance Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Milenial: Studi Literatur. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2).
- Utami, E. B., & Pranitasari, D. D. (2020). Pengaruh Work Life Balance Dan Kerja Tim Terhadap Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal STEI Indonesia*, February, 1–10.

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsibisnis@gmail.com

Pengaruh Stres Kerja, Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT Mustindocipta Jaya

Clara Angela^{1*}, Hikmah²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Humiora, Universitas Putera Batam
Pb190910342@upbatam.ac.id*, Hikmah@puterabatam.ac.id*

Received 06 Juli 2023 | Revised 14 Juli 2023 | Accepted 16 Juli 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menjawab setiap hipotesis stres kerja, disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada PT Mustindocipta Jaya. Penelitian dilakukan di PT Mustindocipta Jaya dengan sampel 115 karyawan dan teknik sampel jenuh. Penelitian menggunakan validitas, uji reliabilitas, uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji pengaruh. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel stres kerja, disiplin kerja dan budaya organisasi dengan kontribusi koefisien determinasi sebesar 2,6% dan sisanya 17,4% dipengaruhi faktor lainnya. Hasil penelitian dapat menjawab hipotesis pertama bahwa adanya pengaruh stres kerja terhadap kinerja karyawan yang terbukti dari nilai uji t $2,023 > t$ tabel 1,92. adanya pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan yang terbukti dari nilai uji t $3,015 > t$ tabel 1,92. adanya pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan yang terbukti dari nilai uji t $13,273 > t$ tabel 1,92. Sehingga dapat disimpulkan bahwa stres kerja, disiplin kerja dan budaya organisasi yang semakin tinggi akan mempengaruhi tingkat kinerja karyawan pada PT Mustindocipta Jaya.

Keywords: Stres Kerja; Disiplin Kerja; Kinerja Karyawan; Pengawasan Kerja

Abstract

This research was made with the aim of answering each hypothesis of work stress, work discipline and organizational culture on employee performance at PT Mustindocipta Jaya. The research was conducted at PT Mustindocipta Jaya with a sample of 115 employees and a saturated sample technique. Research using validity, reliability test, data quality test, classical assumption test and effect test. The results showed that there was a partial and simultaneous influence between the variables of work stress, work discipline and organizational culture with a determination coefficient contribution of 2.6% and the remaining 17.4% was influenced by other factors. The results of the study can answer the first hypothesis that there is an influence of work stress on employee performance which is evident from the value of the t test $2.023 > t$ table 1.92. the effect of work discipline on employee performance is evident from the value of the t test $3.015 > t$ table 1.92. the influence of organizational culture on employee performance is evident from the t test value of $13.273 > t$ table of 1.92. So it can be concluded that the higher work stress, work discipline and organizational culture will affect the level of employee performance at PT Mustindocipta Jaya.

Keywords: Work Stress; Work Discipline; Employee performance; Work Supervision

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan industri 4.0 menuntut perusahaan industri untuk dapat menghasilkan produk dan jasa yang sesuai dan tepat waktu. Hal ini memperlihatkan tingkat kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Di setiap perusahaan tentu akan memiliki sumber daya manusia dalam

mengelolanya. Tingkat kemampuan yang dimiliki setiap karyawan biasanya berbeda namun tanggung jawab yang didapati tetap lah sama, namun perusahaan harus mampu memberikan kedudukan setiap karyawan di posisinya masing-masing agar mampu seimbang dalam mengemban pekerjaan. Perusahaan yang bergerak di era revolusi digital ini, harus mampu melihat tren budaya yang sedang dihadapi dunia. Hal ini guna menyeimbangi antara hak dan kewajiban karyawan.

Sebuah aturan untuk dipatuhi maka peraturan yang bagus akan terlihat jika karyawan memiliki tanggung jawab untuk disiplin. Disiplin merupakan hal yang menjadi permasalahan karyawan, kebanyakan karyawan melanggar peraturan yang telah menjadi standart perusahaan (Ina Namora dkk., 2020). Sikap hormat terhadap peraturan, maka karyawan akan ditanamkan dalam diri masing-masing karyawan sebelum memasuki perusahaan sebagai bahan interview diawal bekerja. Jika kedisiplinan yang telah diinformasikan terlebih dahulu tetap dilanggar maka perlu adanya evaluasi diantara kedua belah pihak yang bersangkutan (Kelibulin, 2020).

Sebuah pekerjaan yang melebihi atau melampaui batas normalnya seseorang baik secara internal atau eksternal yang disebut stress kerja. Stres yang berlebihan akan mengalami ketidakpuasan dalam bekerja dilingkungkannya dan berdampak pada kehidupan sehari-hari. Seorang karyawan harus mampu mengimbangi antara pekerjaan dengan kehidupannya, dalam hal ini agar mampu mengurangi ketegangan dan menciptakan kedamaian dalam bekerja. Dalam mencapai tujuannya, perusahaan harus memaksimalkan antara kinerja dengan tenaga kerja yang dibutuhkan. Terpicunya dampak stres oleh keadaan negatif situasi dan berbagai faktor yang dapat memengaruhi kinerja karyawan (Magdalena, 2020).

Permasalahan stres kerja pada PT Mustindocipta Jaya adalah turn over karyawan yang dapat dilihat pada data karyawan exit pada tahun 2022-2023, berikut:

Tabel 1 Data Turnover Karyawan Tahun 2022-2023

Bulan	Jumlah Karyawan	Jumlah masuk	Jumlah keluar	Jumlah Karyawan
Aug-22	115	-	2	113
Sep-22	113	1	5	109
Oct-22	109	2	3	10
Nov-22	10	-	-	10
Dec-22	10	4	1	111
Jan-23	111	-	4	107
Feb-23	106	-	1	106

Sumber: PT Mustindocipta Jaya, 2023

Data pada tabel terlihat adanya karyawan yang masuk dan keluar, namun terlihat data karyawan keluar lebih banyak dibandingkan karyawan yang masuk meski belum habis kontrak. Data tertinggi pada bulan September 2022 dan Januari 2023 yakni sebanyak 4 orang hingga 5 orang dengan berbagai alasan sering mendapat kerja tambahan, kerja yang diberikan melampaui kemampuan seharusnya, waktu kerja yang melebihi (loyalitas tinggi) dan tidak adanya pengembangan untuk karir.

Sebuah aturan untuk dipatuhi maka peraturan yang bagus akan terlihat jika karyawan memiliki tanggung jawab untuk disiplin. Disiplin merupakan hal yang menjadi permasalahan karyawan, kebanyakan karyawan melanggar peraturan yang telah menjadi standart perusahaan. Sikap hormat terhadap peraturan, maka karyawan akan ditanamkan dalam diri masing-masing karyawan sebelum memasuki perusahaan sebagai bahan interview diawal bekerja. Jika kedisiplinan yang telah diinformasikan terlebih dahulu tetap dilanggar maka perlu adanya evaluasi diantara kedua belah pihak yang bersangkutan (Kelibulin, 2020). Faktor lain yang berpengaruh yakni disiplin kerja, dapat dilihat pada absen karyawan pada tabel berikut:

Tabel 2 Absen Karyawan PT Mustindocipta Jaya

Bulan	Karyawan	Hari Kerja	Total	Absen					%	
				Izin	Sakit	Cuti	Cepat Pulang	Terlambat		Total
Aug-22	115	26	2990		6	3	5	2	24	0.0
Sep-22	115	27	3105	11	7	5	10	12	45	1.45
Oct-22	115	26	2990	2	12	3			33	1.10
Nov-22	115	26	2990	1	2	0	5	1	26	0.7
Dec-22	115	27	3105	2		5	11	13	39	1.26
Jan-23	115	26	2990	6	6	3	21	19	55	1.4
Feb-23	115	24	2760	2	7	3	11	12	35	1.27

Sumber: PT Mustindocipta Jaya, 2023

Dari tabel diatas diketahui bahwa karyawan melanggar peraturan jam operasional yang ditetapkan sbegai bentuk pelanggaran kedisiplinan karyawan. Terlihat absensi tertinggi pada bulan Januari 2023 dengan jumlah keterlambatan 19 orang selama sebulan dan 21 orang pulang lebih awal dari jam seharusnya. Hal ini sangat berpengaruh dengan jam operasional perusahaan, karena semakin tingginya tingkat absensi maka produksi akan mengalami kemacetan. Jika hal ini dibiarkan maka akan sangat berpengaruh dan menjadi budaya organisasi. Budaya organisasi harus sesuai jalurnya, jika berlebihan maka budaya organisasi akan menjadi permasalahan yang cukup kompleks.

Adapun selain budaya yang dilakukan pada PT Mustindocipta Jaya juga ada permasalahan yang terjadi seperti kurangnya bahasa yang kurang baik dan mudah bagi semua karyawan. Aturan kerja yang sering berubah-ubah seperti lembur yang mengikuti atasan dan wajib mengikuti lembur yang diperintahkan. Kurangnya rasa kebersamaan diantara karyawan sehingga berkelompok dan tidak mematuhi aturan kerja yang diberlakukan. Akibat dari budaya yang tidak baik yang terlihat pada survey berkurangnya komunikasi satu sama lain. Dapat diketahui bahwa adanya penjualan alat berat dalam hitungan ton per bulannya. Diketahui bahwa pencapaian selama tujuh bulan terakhir hanya tercapai di bulan Agustus dan Oktober. Namun, di bulan lainnya tidak tercapai sesuai target yang diharapkan perusahaan. Hal ini merupakan dampak yang memengaruhi dari hasil kinerja karyawan.

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan jenis deskriptif dengan metode kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif menurut (Sugiyono, 2019:64) digunakan untuk mengidentifikasi keberadaan variabel mandiri, baik pada satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Sedangkan metode penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2019:17) berdasarkan pada *filosofat 487ositivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya random. Dalam konteks penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh stres kerja, disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada PT Mustindocipta Jaya. Populasi yang menjadi objek studi adalah seluruh karyawan PT Mustindocipta Jaya yang berjumlah 115 orang. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah seluruh jumlah populasi yang diteliti, yaitu 115 karyawan PT Mustindocipta Jaya. Jenis teknik sampling *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh* atau sensus.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 3 Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,524	0,132	Valid
X1.2	0,736	0,132	Valid
X1.3	0,43	0,132	Valid
X1.4	0,75	0,132	Valid
X1.5	0,556	0,132	Valid
X2.1	0,453	0,132	Valid
X2.2	0,751	0,132	Valid
X2.3	0,2	0,132	Valid
X2.4	0,70	0,132	Valid
X2.5	0,499	0,132	Valid
X3.1	0,36	0,132	Valid
X3.2	0,35	0,132	Valid
X3.3	0,7	0,132	Valid
X3.4	0,70	0,132	Valid
X3.5	0,696	0,132	Valid
Y.1	0,626	0,132	Valid
Y.2	0,565	0,132	Valid
Y.3	0,723	0,132	Valid
Y.4	0,653	0,132	Valid
Y.5	0,600	0,132	Valid

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dari data pada tabel 3 dapat disimpulkan bahwa pada variabel stres kerja, disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan dapat dikatakan “valid” karena semua r hitung telah melebihi r tabel yang sesuai dengan ketentuannya.

Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Stres kerja	0,737	5	Reliable
Disiplin kerja	0,700	5	Reliable
Budaya Organisasi	0,49	5	Reliable
Kinerja Karyawan	0,616	5	Reliable

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Pada tabel yang terlihat bahwa stres kerja *crobach's alpha* senilai 0,737 > 0,600. Disiplin kerja *crobach's alpha* senilai 0,700 > 0,60. Budaya organisasi *crobach's alpha* senilai 0,49 > 0,60. Kinerja karyawan *crobach's alpha* senilai 0,616 > 0,60. Maka kesimpulannya semua variabel “reliable”.

Uji Normalitas

Tabel 5 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.00435403
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.040
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Diketahui hasil asymp.Sig (2-tailed) 0,200 > 0,05 sehingga dapat dikatakan data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 6 Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Stres_kerja	0,203	4.931
Disiplin_Kerja	0,17	5.336
Budaya_Organisasi	0,74	1.337

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Hasil diketahui nilai VIF stres kerja 4,931 < 10, disiplin kerja 5,336 < 10 dan budaya organisasi 1,337 < 10. Dari hasil yang kurang dari 10 maka dapat dikatakan bebas dari gejala multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas

Tabel 7 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		Kesimpulan
Model	Sig.	
1 (Constant)	0.000	
Stres_kerja	0.045	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Disiplin_Kerja	0.003	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Budaya_Organisasi	0.000	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Terlihat nilai signifikan berada di bawah 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Uji regresi linier berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.030	0.69		7.306	0.000
Stres_Kerja	0.13	0.06	0.17	2.023	0.045
Disiplin_Kerja	0.22	0.075	0.276	3.015	0.003
Budaya_Organisasi	0.32	0.029	0.607	13.273	0.000

a. Dependent Variable: Kinerja_Karyawan

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Pada tabel regresi diatas dapat diketahui persamaan yang terjadi $Y = 5,030 - 0,13X_1 + 0,22X_2 + 0,32X_3 + e$.

1. Hasil nilai konstan didapat 5,030 yang berarti kinerja karyawan akan konstan sebesar 5,030 jika tidak dipengaruhi stres kerja, disiplin kerja dan budaya organisasi.
2. Nilai koefisien stres kerja sebesar 0,13. Hal ini berarti jika stres kerja mengalami kenaikan 1 satuan maka kinerja karyawan meningkat 0,325, sedangkan variabel lainnya tetap.

3. Nilai koefisien disiplin kerja sebesar 0,321. Hal ini berarti jika disiplin kerja mengalami kenaikan 1 satuan maka kinerja karyawan meningkat 0,321, sedangkan variabel lainnya tetap.
4. Nilai koefisien budaya organisasi sebesar 0,325. Hal ini berarti jika budaya organisasi mengalami kenaikan 1 satuan maka kinerja karyawan meningkat 0,325, sedangkan variabel lainnya tetap.

Hasil dari diatas dapat juga hasil uji t dijabarkan berikut:

1. Uji t pada stres kerja (X1) didapat $2,023 > t$ tabel 1,92 dan signifikan $0,045 < 0,05$. Hal ini mengandung arti stres kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Maka hipotesis pertama dapat diterima.
2. Uji t pada disiplin kerja (X2) didapat $3,015 > t$ tabel 1,92 dan signifikan $0,003 < 0,05$. Hal ini mengandung arti disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Maka hipotesis kedua dapat diterima.
3. Uji t pada budaya organisasi (X3) didapat $3,757 > t$ tabel 1,92 dan signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini mengandung arti kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Maka hipotesis ketiga dapat diterima.

Uji F

Tabel 9 Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.69	2	1239.345	241.465	0,000 ^b
	Residual	631.311	123	5.133		
Total		3110.000	125			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Disiplin, Kompetensi_

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Uji F_{tabel} diperoleh dari $df_1 (k-1)$ atau $3-1 = 2$ dan $df_2 (n-k)$ atau $115-3 = 112$ atau sama dengan 3,0. Maka hasil pada tabel uji F ialah $241,465 > 3,0$ sesuai dengan ketentuan maka dapat disimpulkan hipotesis ke empat dapat diterima karena berpengaruh secara simultan.

Pembahasan

Pada hasil uji t tabel 8 stres kerja didapat nilai $2,023 > t$ tabel 1,92 dan signifikan yang dihasilkan $0,045 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa stres kerja mengandung positif dan telah signifikan sehingga adanya pengaruh yang terjadi stres kerja terhadap kinerja karyawan. Sehingga hipotesis 1 dapat diterima.

Pada hasil uji t tabel 8 disiplin kerja didapat nilai $3,015 > t$ tabel 1,9 dan signifikan yang dihasilkan $0,003 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa disiplin kerja mengandung positif dan telah signifikan sehingga adanya pengaruh yang terjadi nilai pelanggan terhadap kinerja karyawan. Sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Pernyataan ini didukung oleh penelitian (Willson & Hikmah, 2020) dengan menunjukkan hasil bahwa disiplin kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pada hasil uji t 8 budaya organisasi didapat nilai $3,757 > t$ tabel 1,92 dan signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa budaya organisasi mengandung positif dan telah signifikan sehingga adanya pengaruh yang terjadi budaya organisasi terhadap kinerja karyawan. Sehingga hipotesis 3 dapat diterima. Pernyataan ini didukung oleh penelitian (Wahjono et al., 2021) dengan menunjukkan hasil bahwa budaya organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Hasil temuan pada tabel 9 pada uji simultan antar variabel dengan nilai 241,465. Maka hasil terlihat $241,465 > 3,0$ maka telah memenuhi persyaratan bahwa stres kerja, disiplin kerja dan budaya organisasi memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Maka hipotesis ke 4 dapat diterima. Hal ini didukung oleh penelitian dari (Kurniawati & Setiadi, 2022), (Rahmadani et al.,

2023), dan (Harisha & Prasetyo, 2023) yang menyatakan adanya hasil yang signifikan dan simultan stres kerja, disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan.

SIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan dapat membuktikan hipotesis berikut :

1. Stres kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Mustindocipta Jaya.
2. Disiplin kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Mustindocipta Jaya.
3. Budaya organisasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Mustindocipta Jaya.
4. Stres kerja, disiplin kerja dan budaya organisasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Mustindocipta Jaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Harisha, A. I., & Prasetyo, A. P. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Sentra Ponselindo. *Jurnal Ekonomi*, 19(1), 139. <https://doi.org/10.32493/J.Perkusi.V1i2.11027>
- Ina Namora, Windy, Sharon, & Stephani. (2020). Pengaruh Disiplin, Konflik Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Sukses Usaha Nirwana. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 76–. <https://doi.org/10.47663/Jmbep.V6i2.65>
- Kelibulin, E. S. (2020). The Effect Of Work Discipline On A Employee Performance: (The Health Office Case Study Of Tanimbar Island). *International Journal Of Operations And Quantitative Management*, 20(3), 943–947. https://api.elsevier.com/content/abstract/Scopus_Id/5093074229
- Kurniawati, V., & Setiadi, P. B. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.3430/eqien.V11i1.66>
- Magdalena, R. A. Dan P. (2020). Analisis Pengaruh Disiplin Kerja, Stres Kerja, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Seminar Nasional Manajemen Dan Call For Paper, Senima 5*, 1–9.
- Nelvira Safni, Chairael, Lucy, Lasti Yossi Hastini, M. E. Y. F. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Budiman Swalayan Pondok. *Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 220–234.
- Rahmadani, S. D., Natsir, U. D., Puspitaningsih, T. S., Dipomatmodjo, Sahabuddin, R., & Burhanuddin. (2023). Pengaruh Stres Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Sinar Galesong Pratama Kota Makassar. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(3), 993–100. <https://doi.org/10.29313/Bcsa.V2i2.470>
- Rohmatin, N. T. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi, Beban, Disiplin Kerja, Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan Rri Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–1.
- Sinaga, E. P., Ratnasari, S. L., & Hadi, M. A. (2021). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, Disiplin Kerja, Komitmen Organisasional Dan Stres Kerja terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil. *Pkp (Public Knowledge Project)*, 9(2), 11–17. <https://journal.unrika.ac.id/index.php/Equi>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono, E., & Rahajeng, R. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Motivasi Pegawai Sebagai Variabel Intervening Pada Dinas *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi ...*, 4(7), 2691–270. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1211>
- Wahjono, S. I., Ningrum, A. R., Wardhana, A., & Choidah, N. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Siantar Top, Tbk Di Sidoarjo. *Isoquant :*



Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 5(2), 255. <https://doi.org/10.24269/Iso.V5i2.791>
Willson, C., & Hikmah. (2020). Pengaruh Pelatihan Dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Kinco Prima. *Disiplin... 75 Jurnal Emba*, (3), 75–3.



Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsbisnis@gmail.com

The Influence of Independence, Experience, Gender, and Internal Control Auditor's Understanding of Audit Judgment in the Big Four Public Accounting Firms in Indonesia

Gisella Andriana^{1*}, Amelia Setiawan², Samuel Wirawan³, Hamfri Djajadikerta⁴
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan
gisella12andriana@gmail.com^{1*}

Received 3 September 2023 | Revised 10 September 2023 | Accepted 17 September 2023

*Korespondensi Penulis (yang mudah dihubungi).

Abstract

This study aims to examine and analyze the influence of independence, experience, gender, and understanding of internal control auditors on the audit judgment of the big four public accounting firms in Indonesia. The population of this study involved all auditors working in the big four public accounting firms in Indonesia and 60 respondents sample used in this study. The data collection technique used a questionnaire through Google Form. Data analysis techniques in this study employed the tests of data quality, classic assumption, and hypothesis testing using SPSS 26.0 software. The results of this study indicate that independence and experience have an influence on audit judgment, while there is no influence in gender and understanding of the auditor's internal control on audit judgment. In simultaneous testing, it is known that the independence, experience, gender, and understanding of the auditor's internal control influence the audit judgment.

Keywords: Accounting; Auditor; Audit Judgments; Experience; Gender

INTRODUCTION

Financial statements are a structured presentation of the financial position and performance of an entity. Its report aims to provide information about the financial condition, financial performance, and cash flows of entities that can assist most report users in making economic decisions (IAI Financial Accounting Standards Board, 20a18). Stakeholders expect the company's financial statements to be reliable, complete, correct, and relevant for decision making (Giannopoulos et al., 2022). The level of stakeholder confidence in financial statements is very important (Keys, 1978; Mahalua et al., 2019). Therefore, it is necessary to carry out an audit. Auditing is a process of collecting and evaluating evidence regarding information to determine and report the degree of conformity between that information and predetermined criteria. The person conducting the audit must be an independent, competent, and with integrity (Agwor & Amangala, 2020; Akther & Xu, 2020).

However, in the last few decades, there have been many cases of failed audits and manipulation of numbers in financial statements aimed at making the company's performance look good. The case of major audit failure that has ever been uncovered is the Enron case in 2001, involving the Arthur Andersen Public Accounting Firm. The Enron case occurred due to window dressing activities carried out by Eron's management by manipulating financial report figures. In this case, Eron raised US\$ 600 million in revenue and hid US\$ 1,2 billion in debt using off-balance sheet techniques. Cases of failed audits lead to a decrease in public trust, and the reputation of the auditor is destroyed. In order to avoid the recurrence of similar cases, the auditor needs to be more careful in conducting the audit process (Arif et al., 2022; Sanoran & Ruangrapun, 2023).

Practically, an audit requires judgment from the auditor as the audit process is not carried out on all available evidence. As a result, the audit judgment made by the auditor can affect the final result of the audit process, namely the audit opinion. According to Mulyadi (2017), audit judgment is the auditor's policy in determining opinions regarding the results of the audit which leads to the formation of an idea, opinion or estimate about an event, object, status, or other type of event. Audit judgment is an important thing that influences the creating of an audit opinion. The opinion given by the auditor in the audit process utilizes judgment based on past, present, and future events (Jamilah *et al.*, 2007). In paragraph 16 of SA 200, it is stated that the auditor must use professional judgment when planning, implementing, and reporting the results of an audit of financial statements (Werner *et al.*, 2021).

Several studies have been found related to previous audit judgments. Previous research took a sample of auditors who worked at public accounting firms located in Central Java, Yogyakarta, Jakarta, Tangerang, Surabaya, and others. In this study, samples were taken specifically for auditors who work for big four public accounting firms in Indonesia, namely Deloitte, Ernst & Young (EY), Pricewaterhouse Coopers (PwC), and Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG). Big four public accounting firms is considered to have a good reputation and is known for its professionalism. They have professional and competent resources and workforce in their fields due to a fairly stringent selection process and quite a lot of training. Therefore, the auditors are believed to have a fairly good audit judgment. In this study, the factors examined were independence, experience, gender, and understanding of the auditor's internal control.

According to previous research conducted by Rahmatika (2017), one of the important factors that influence audit judgment is independence. In her research, it was found that auditor independence has a positive influence on audit judgment of public accounting firm auditors in Jakarta. With these results, it can be seen that the higher the independence of the auditor, the more accurate the audit judgment created (Pratiwi & Pratiwi, 2020). However, this is different from research conducted by (Parhan & Kurnia, 2017; Yuliyana & Waluyo, 2018) which states that independence has no influence on audit judgment. This is because basically, the auditor has an attitude of independence.

Another factor that influences audit judgment is the auditor's experience. According to Yendrawati's research (2015), auditor experience influences audit judgment. With the experience possessed, an auditor will make decisions in accordance with Public Accountant Professional Standards. This is also supported by research of (Pratiwi & Pratiwi, 2020) which states that auditor experience has a positive influence on audit judgment. Auditors who are more experienced can exercise judgment better. On the other hand, research conducted by (Damayanti, 2017; Tampubolon, 2018) shows opposite results. This study explains that the auditor's experience has no influence on audit judgment. The length of time an auditor has worked and the number of assignments given to the auditor do not guarantee that the judgment given by the auditor is the right or good judgment.

The gender of the auditor can affect the audit judgment made by the auditor. In previous research conducted by (Praditaningrum & Januarti, 2012), it showed that gender has an influence on audit judgment. Likewise with research by (Rahmawati, 2016), which explains that gender has an influence on audit judgment. In processing information, female auditors are considered to be more sensitive and thorough so that the judgment taken can be more comprehensive. However, the results of this study contradict the results research by Sulistyawati, Aprih Santoso (2019), which explained that gender has no influence on audit judgment. This shows that the various individual traits and characteristics possessed by male and female auditors do not affect the audit judgment taken.

Apart from the indicators of independence, work experience, and gender, the auditor's knowledge of internal control is also an influencing factor audit judgment. Internal control is a tool used to achieve company goals, namely producing reliable financial reports, achieving effectiveness and efficiency of company operations (Manurung *et al.*, 2020). If the auditor has an adequate understanding of internal control, he will have a better understanding of the material misstatement risk that may occur so as to increase the quality of the audit judgment made by the auditor. With a good understanding of internal control, the auditor can also determine the extent of the scope and determine the amount of audit evidence that must be collected, and as stated in the provisions of SA 265, the auditor has an obligation to communicate in writing to his client if the auditor has identified a deficiency in internal control.

METHOD

The population in this study involved all auditors working at the Big Four Public Accounting Firms (KAP) in Indonesia, namely Deloitte, Ernst & Young (EY), Pricewaterhouse Coopers (PwC), and Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG). From the entire population, 40 auditors were taken using the convenience sampling method. In this study, the data used primary data which were directly obtained from respondents using questionnaires. The source of the data collected and processed in this study was obtained from the responses' auditors working at the big four public accounting firms in Indonesia. The responses were in the form of answers to the questions asked regarding independence, experience, gender, and understanding of the auditor's internal control. This study used a questionnaire to collect data. The questionnaires were filled directly by the respondent using the Google Form media. Questionnaires are a data collection technique in which respondents are asked to answer a set of questions or written statements (Sugiyono, 2017). Questionnaires were distributed to the respondents on March 28, 2023. This research was conducted using a quantitative approach, namely research that emphasized hypothesis testing and focused more on measurable data which were processed using statistical methods and the SPSS program. The data processing methods used in this study included data quality tests consisting of reliability and validity tests. The classic assumption test consists of the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Hypothesis testing was carried out using multiple regression tests to determine the influence of the independent variables on the dependent variable seen from the results of the t-test. Before that, the fit of the model was tested first with the F-test and the coefficient of determination with adjusted R². The results of a study are highly dependent on the quality of the data used. Then, it was necessary to test the quality of the data that has been obtained to determine the accuracy of the measuring instrument in measuring the object under study, by using a validity and a reliability tests (Riyanto & Hatmawan, 2020).

RESULTS and DISCUSSION

This research was conducted using auditors at the big four public accounting firms in Indonesia as a research sample. Auditors participating in this study included junior auditors (associate 1 and associate 2), senior associates, assistant managers, directors and partners. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents who worked at the big four public accounting firms in Indonesia. Distribution and return of questionnaires were carried out from 28 March 2023 to 5 May 2023.

Table 1 Research Sample Data

No.	Information	Total	Percentage
1	Auditor from PwC Indonesia	20	33.33%
2	Auditor from EY Indonesia	20	33.33%
3	Auditor from KPMG Indonesia	15	35%
4	Auditor from Deloitte Indonesia	5	8.34%
5	Total sample of auditors	60	100%

Source: Author (2023)

The validity test was carried out with the aim of measuring whether a questionnaire was valid using the Pearson Correlation method or not. The following is a table of the validity test results performed:

Table 2 Validity Test Results

Variable	Item No	R-count	R-table	Information
IN	X1.1	0,839	0,254	Valid
	X1.2	0,841	0,254	Valid
	X1.3	0,864	0,254	Valid
	X1.4	0,815	0,254	Valid
	X1.5	0,846	0,254	Valid
	X1.6	0,830	0,254	Valid
PA	X2.1	0,644	0,254	Valid
	X2.2	0,656	0,254	Valid
	X2.3	0,509	0,254	Valid
	X2.4	0,648	0,254	Valid
	X2.5	0,611	0,254	Valid

	X2.6	0,567	0,254	Valid
	X2.7	0,593	0,254	Valid
	X2.8	0,668	0,254	Valid
	X2.9	0,589	0,254	Valid
	X3.1	0,891	0,254	Valid
GE	X3.2	0,842	0,254	Valid
	X3.3	0,898	0,254	Valid
	X5.1	0,723	0,254	Valid
	X5.2	0,737	0,254	Valid
AJ	X5.3	0,851	0,254	Valid
	X5.4	0,759	0,254	Valid
	X5.5	0,758	0,254	Valid
	X5.6	0,719	0,254	Valid

Source: Primary data processed with SPSS 26.0, 2019

The variables tested for validity are Independence with 6 questions, Experience with 9 questions, and Gender with 3 questions. Based on the results of the validity test conducted, it can be seen that all the variables in this study have an r-count value greater than r-table so that they show valid results. The value of r-table is obtained from $df = N-2$, namely $60-2 = 58$ for $\alpha = 0,05$, resulting in a number of 0,2542.

The reliability test was carried out with the aim of measuring the level of confidence in a questionnaire using the Cronbach's Alpha method. The following is a table of the validity test results performed:

Table 3 Reliability Test Results

Variable	Cronbach's Alpha	N of Items
Independence (X1)	0,915	6
Experience (X2)	0,776	9
Gender (X3)	0,848	3
Audit Judgment (Y)	0,838	6

Source: Primary data processed with SPSS 26.0, 2019

Based on the results of the reliability test conducted, it can be seen that the independence variable has a Cronbach's Alpha value of 0,915, the experience variable has a Cronbach's Alpha value of 0,776, the gender variable has a Cronbach's Alpha value of 0,848, and the audit judgment variable has a Cronbach's Alpha value of 0,838. Based on these results, it can be concluded that all the variables tested are reliable because they have a Cronbach's Alpha value of more than 0,7.

The normality test has the objective of testing whether the residual values are normally distributed or not. In this study, the normality test was carried out using the Kolmogorov-Smirnov One-Sample test and the following results were obtained:

Table 4 Normality Test Results
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residuals
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Means	.0000000
	Std. Deviation	.31769248
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.053
	Negative	-.055
Test Statistics		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Source: Primary data processed with SPSS 26.0, 2019



Based on the results of the normality test conducted using the One-Sample Kolmogorov-Smirnov test, Asymp results were obtained Sig of 0,200. Asymp. Sig has a value above the margin of error in this study, which is 0,05. Thus, it can be said that the data used in this study are normally distributed.

Multicollinearity test is used to determine whether in a regression model there is a high or perfect correlation between the independent variables. The following is a table of multicollinearity test results:

Table 5 Multicollinearity Test Results

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			tolerance	VIF
	B	std. Error	Betas				
1 (Constant)	1.023	.618		1.656	.103		
Independence (X1)	.474	.128	.468	3.699	.001	.626	1.597
Experience (X2)	.347	.163	.272	2.123	.038	.609	1.641
Gender (X3)	-.057	.059	-.099	-.967	.338	.952	1.050
Internal Control Understanding (X4)	-.031	.052	-.062	-.603	.549	.957	1,045

a. Dependent Variable: *Audit Judgment (Y)*

Source: Primary data processed with SPSS 26.0, 2019

From the test results in Table 5, it can be seen that the Independence variable has a tolerance value of 0,626 and VIF 1,597. Experience has a tolerance value of 0,609 and VIF of 1,641. Gender has a tolerance value of 0,952 and VIF of 1,050, and understanding of internal control has a tolerance value of 0,957 and VIF of 1,045. All independent variables in this study have tolerance values above 0,10 and Variance Inflation Factor (VIF) values below 10, thus, this regression model is free from multicollinearity.

Heteroscedasticity Test Results

Heteroscedasticity test is used to test whether there is an inequality of variance or residual from one observation to another. The following is a table of heteroscedasticity test results:

Table 6 Heteroscedasticity Test Results

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	std. Error	Betas		
1 (Constant)	-.326	.360		-.906	.369
Independence (X1)	.076	.075	.167	1.025	.310
Experience (X2)	-.090	.095	-.157	-.951	.346
Gender (X3)	.028	.034	.107	.809	.422
Internal Control Understanding (X4)	.059	.030	.257	1.944	.057

a. Dependent Variable: ABS RES

Source: Primary data processed with SPSS 26.0, 2019

From the test results in Table 6, it can be seen that independence has a significance value of 0.310, experience has a significant value of 0.346, gender has a significant value of 0.346, and understanding of internal control has a significance value of 0.057. All independent variables in this study have a significance value of more than 0.05, so this indicates that there is no heteroscedasticity in the regression model used in this study.

Hypothesis Testing

Partial Test Results (T Statistical Test)

Partial test or t statistical test is used to test the research hypothesis regarding the influence of each independent variable partially on the dependent variable. The following is a table of t statistical test results:

Table 7 T Statistical Test Results

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Betas			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,023	.618		1.656	.103		
Independence (X1)	.474	.128	.468	3.699	.001	.626	1.597
Experience (X2)	.347	.163	.272	2.123	.038	.609	1.641
Gender (X3)	-.057	.059	-.099	-.967	.338	.952	1.050
Internal Control Understanding (X4)	-.031	.052	-.062	-.603	.549	.957	1.045

a. Dependent Variable: *Audit Judgment* (Y)

Source: Primary data processed with SPSS 26.0, 2019

Multiple linear regression equation:

$$Y = 1.023 + 0.474 X_1 + 0.347 X_2 - 0.057 X_3 - 0.031 X_4 + e$$

Based on the results of the t statistical test in Table 7, the influence of independence on audit judgment obtained a t-count of 3,699 > t-table of 2,002 with a significance of 0,001, which is a significance value less than 0,05, thus, hypothesis 1 is accepted. The influence of the auditor's experience on audit judgment obtained a t-count of 2,123 > t-table of 2,002 with a significance of 0,038, which is a significance value less than 0,05, thus, hypothesis 2 is accepted. The influence of gender on audit judgment obtained t-count of -0,976 < t-table of 2,002, with a significance of 0,338, which is a significance value greater than 0,05, thus hypothesis 3 is rejected. The influence of understanding internal control on audit judgment obtained a t-count of -0,603 < t-table of 2,002 with a significance of 0,549, which is a significance value greater than 0,05, thus, hypothesis 4 is rejected.

Simultaneous influence test or F statistical test aims to determine whether the independent variables jointly (simultaneously) affect the dependent variable. The following is a result table of the F statistical test:

Table 1 F Statistical Test Results
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	MeanSquare	F	Sig.
1	Regression	4.850	4	1.213	11.200	.000 ^b
	Residual	5.955	55	.108		
	Total	10.805	59			

a. Dependent Variable: *Audit Judgment* (Y)

b. Predictors: (Constant), Understanding of Internal Control (X4), Gender (X3), Independence (X1), Experience (X2)

Source: Primary data processed with SPSS 26.0, 2019

Based on the results of the F statistical test in Table 8, the calculated F-count is 11,200 with a significance value of 0,000. The F-table value is obtained from the degrees of freedom (df) for $\alpha = 0,05$, df regression = 4 and df residual = 55 which means $n_1 = k = 4$ and $n_2 = nk = 59-4 = 55$. Then, it is known that F-table of 2,54. Thus, the F-count > F-table is 11,200 > 2,54 and the significance value is less than 0.05. Therefore, it is concluded that independence, experience, gender, and understanding of the auditor's internal control simultaneously affect audit judgment.

Test Results for the Coefficient of Determination (R²)

The coefficient of determination test was carried out to observe how far the contribution of the independent variables in the regression model is able to explain the variation of the dependent variable. The following is a table of the results related to the coefficient of determination test:

Table 2 Determination Coefficient Test Results
Summary Model^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.670 ^a	.449	.409	.32904	2.203

a. Predictors: (Constant), Understanding of Internal Control (X4), Gender (X3), Independence (X1), Experience (X2)

b. Dependent Variable: *Audit Judgment* (Y)

Source: Primary data processed with SPSS 26.0, 2019



Based on the test results of the coefficient of determination in Table 9, the adjusted R^2 value is obtained 0,449 or 44,9%. This shows that the independent variables consisting of independence, experience, gender, and understanding of the auditor's internal control are able to explain the dependent variable of audit judgment by 44,9% and the remaining of 55,1% is explained by other variables outside the research model, such as materiality, scope audit, task complexity, and other factors.

DISCUSSION

Influence of Auditor Independence on Audit Judgment

In carrying out their duties, an auditor is not only required to be able to carry out audits properly and correctly, but he needs to instill an attitude of independence in himself so that the opinions produced become opinions that can be trusted by clients and all users. Independence also shows the professionalism of an auditor in carrying out his duties. The auditor is required to provide an opinion that aligns with the facts encountered during the audit.

In testing the first hypothesis for the independence variable, the results obtained were t-count of $3,699 > t\text{-table of } 2,002$ with a significance of $0,001 < 0,05$. This shows that independence (X_1) has an influence on audit judgment (Y) so that H_1 is accepted. The higher the independence of the auditor, the more accurate the resulting audit judgment. Auditors with higher independence can perform work that is free from the interests of other parties and will act in accordance with the auditor's code of ethics to produce audit judgments that are more objective and of higher quality. The results of this study are in line with the results by (Azizah & Pratono, 2020), (Pratiwi & Pratiwi, 2020), (Damaiyanti, 2017), and (Rahmatika, 2017) which state that independence affects audit judgment.

Influence of Auditor Experience on Audit Judgment

Experience leads to a continuous learning process that can provide opportunities to become more skilled and have more adequate knowledge. Auditors who are experienced in carrying out their work will be more familiar and have a better understanding. In addition, experience can affect the auditor's ability to read financial statements and improve the ability to think and act.

The results of testing the second hypothesis for the experience variable obtained a t-count of $2,123 > t\text{-table of } 2,002$ with a significance of $0,038 < 0,05$. This shows that experience (X_2) influences audit judgment (Y) so that H_2 is accepted. The more experience the auditor has, the better the quality of the resulting audit judgment. This is because auditors with more experience will use their audit experiences to do better work in the present. The results of this study are consistent with the results of research by (Pratiwi & Pratiwi, 2020), (Sulistiyawati, 2019), and (Yendrawati, Reni, 2015) which state that auditor experience influences audit judgment.

The Influence of Auditor Gender on Audit Judgment

In general, there are two types of gender that are widely recognized by society, men and women. Gender is a difference between men and women. This difference is not limited to biological or sexual differences, but also include differences in social values, such as behavior and emotional characteristics.

In the third hypothesis testing, which was carried out on the gender variable, the t-count was $-0,967 < t\text{-table of } 2,002$ with a significance of $0,338 > 0,05$. This shows that gender (X_3) has no influence on audit judgment (Y), so H_3 is rejected. There is no correlation between differences in auditor gender and the results of the audit judgment made by the auditors. Both men and women auditors have the same ability and are able to provide audit judgment without involving the nature and character of each individual. The auditor conducts an examination based on predetermined audit procedures and standards so that both male and female auditors will produce audit judgments in accordance with existing guidelines. The results of this study are in line with the results by (Sulistiyawati, Aprih Santoso, 2019), (Azizah & Pratono, 2020), and (Yendrawati, Reni, 2015).

Internal Control Auditor's Understanding on Audit Judgment

Internal control is required by companies to protect assets, achieve effectiveness and efficiency in company operations, ensure the accuracy and reliability of accounting data, as well as encourage compliance with management policies. In conducting an audit of a company that already has adequate internal control, the auditor can estimate that it is likely that the company has a low risk of material misstatement or small to medium risk. By recognizing how well the company's internal control, the

auditor can determine the appropriate level of materiality and develop an effective and efficient audit plan to produce the right audit opinion.

The results of testing the fourth hypothesis for the internal control understanding variable obtained a t-count of $-0,603 < t\text{-table of } 2,002$ with a significance of $0,549 > 0,05$. This shows that the understanding of internal control (X_4) has no influence on audit judgment (Y) so that H_4 is rejected. Understanding of internal control does not affect audit judgment because not all audit judgments made by the auditor relate to internal control. Audit judgment is also influenced by other factors, such as materiality, audit scope, task complexity, and other factors. Therefore, an auditor who has a good understanding of internal control does not necessarily produce a good quality audit judgment either.

The Influence of Independence, Experience, Gender, and Understanding of the Auditor's Internal Control on Audit Judgment

In this study, testing the fifth hypothesis aims to simultaneously test the influence of the independent variables on the dependent variable. The results of testing the variables of independence, experience, gender, and internal control understanding of audit judgment get an F-count of 11,200 with a significance value of 0,000 so that the F-count value $> F\text{-table is } 11,200 > 2,54$ and the significance value is less than 0,05, so it was concluded that independence, experience, gender, and understanding of the auditor's internal control simultaneously influence the audit judgment of the big four public accounting firms in Indonesia.

The results of this study indicate that although the variables of gender and understanding of internal control do not partially affect audit judgment, these two variables can simultaneously influence audit judgment together with the variables of independence and experience. All independent variables in this study have an influence on audit judgment and have a large impact on public trust, which requires a qualified and trustworthy auditor in the process of auditing financial statements.

CONCLUSION

Independence partially influences audit judgment at the big four public accounting firms in Indonesia. Experience partially influences audit judgment at the big four public accounting firms in Indonesia. Gender partially has no influences on audit judgment at the big four public accounting firms in Indonesia. Understanding of internal control partially has no influence on audit judgment at the the big four public accounting firms in Indonesia. Independence, experience, gender, and understanding of the auditor's internal control simultaneously influence the audit judgment of the big four public accounting firms in Indonesia.

REFERENCE

- Agwor, T. C., & Amangala, P. D. (2020). Audit Evidence and Financial Statement Quality in Government Owned Companies in Rivers State, Nigeria. *European Journal of Business and Management Research*, 5(6). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.6.606>
- Akther, T., & Xu, F. (2020). Existence of the audit expectation gap and its impact on stakeholders' confidence: The moderating role of the financial reporting council. *International Journal of Financial Studies*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/ijfs8010004>
- Arif, S., Kepler, J. D., Schroeder, J., & Taylor, D. (2022). Audit process, private information, and insider trading. *Review of Accounting Studies*, 27(3). <https://doi.org/10.1007/s11142-022-09689-x>
- Azizah, N. D. J., & Pratono, R. (2020). Pengaruh Locus Of Control, Independensi, Kompleksitas Tugas, Dan Gender Terhadap Audit Judgement (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik di Surabaya). *Liability*, 2(1), 106–126.
- Damaiyanti, S. A. (2017). *Pengaruh Pengalaman Auditor, Tekanan Ketaatan, Gender Dan Kompleksitas Tugas Terhadap Audit Judgment*.
- Dewan Standar Akuntansi Keuangan IAI. (2018). *Standar Akuntansi Keuangan*. 934.
- Giannopoulos, G., Fagernes, R. V. K., Elmarzouky, M., & Hossain, K. A. B. M. A. (2022). The ESG Disclosure and the Financial Performance of Norwegian Listed Firms. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/JRFM15060237>
- Jamilah, S., Fanani, Z., & Chandr, G. (2007). Pengaruh Gender, Tekanan Ketaatan, dan Kompleksitas Tugas terhadap Audit Judgment. *Simposium Nasional Akuntansi 10*, 1–30.
- Keys, D. E. (1978). Confidence Interval Financial Statements: An Empirical Investigation. *Journal of*

- Accounting Research*, 16(2). <https://doi.org/10.2307/2490573>
- Mahalua, F., Chissengue, G., Uamba, J., Pereira, I., Mabjaia, E., & Vilanculos, A. (2019). Importance of Applying Statistical Sampling to Increase Confidence in Financial Statements. *International Journal of Accounting Research*, 07(01). <https://doi.org/10.35248/2472-114x.19.7.198>
- Manurung, E. T., Permatasari, P., Purboyo, A., & Rinas, L. (2020). Evaluasi Pengendalian Penjualan Produk Plastik Untuk Mengurangi Kerugian. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 12(2). <https://doi.org/10.23969/jrak.v12i2.3289>
- Mulyadi. (2017). *Auditing* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Parhan, I., & Kurnia. (2017). Pengaruh Skeptisme Audit, Independensi Dan Kompleksitas Tugas Terhadap Audit Judgment. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 53(9), 1689–1699.
- Praditaningrum, A. S., & Januarti, I. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Audit Judgment (Studi Pada BPK RI Perwakilan Provinsi Jawa Tengah). *Simposium Nasional Akuntansi XV*, 15, 1–28.
- Pratiwi, W., & Pratiwi, D. N. (2020). Pengaruh Pengalaman Auditor, Independensi Auditor, Dan Skeptisme Profesional Terhadap Audit Judgment. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 1(2), 239–251. <https://doi.org/10.31258/jc.1.2.239-253>
- Rahmatika, P. A. (2017). Pengaruh Tekanan Anggaran Waktu, Kompleksitas Tugas, Pengaruh Auditor, Dan Pengalaman Auditor Terhadap Audit Judgment. *Jurnal JOM Fekon, Vol.4 No.1*, 1282–1294.
- Rahmawati, N. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Auditor Dalam Melakukan Audit Judgment. *Jurnal Agribisnis*, 2(2), 183–201.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. *Deepublish*, 373.
- Sanoran, K., & Ruangprapun, J. (2023). Initial Implementation of Data Analytics and Audit Process Management. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15031766>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sulistiyawati, Ardiani Ika, Aprih Santoso, and D. S. P. (2019). Pengaruh Gender, Pengalaman Auditor, Kompleksitas Tugas, Tekanan Ketaatan, Kemampuan Kerja Dan Pengetahuan Auditor Terhadap Audit Judgment. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 61–72. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol4.iss1.art1>
- Tampubolon, L. (2018). Pengaruh Tekanan Ketaatan, Pengetahuan, Dan Pengalaman Auditor Terhadap Audit Judgment. *InFestasi*, 14(2), 169. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v14i2.4870>
- Werner, M., Wiese, M., & Maas, A. (2021). Embedding process mining into financial statement audits. *International Journal of Accounting Information Systems*, 41. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2021.100514>
- Yendrawati, Reni, and D. K. M. (2015). Pengaruh Gender, Pengalaman Auditor, Kompleksitas Tugas, Tekanan Ketaatan, Kemampuan Kerja, dan Pengetahuan Auditor Terhadap Audit Judgment. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*.
- Yuliyana, S., & Waluyo, I. (2018). Pengaruh Framing Dan Independensi Auditor Terhadap Audit Judgment. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21348>

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsbisnis@gmail.com

Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan

Ambar Widya Lestari^{1*}, Sulistiyani², Septi Rostika Anjani³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen01411@unpam.ac.id*

Received 26 Juni 2023 | Revised 10 Agustus 2023 | Accepted 26 Agustus 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh gender, latar belakang orang tua, latar belakang pendidikan, dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha siswa SMK di Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survey dengan teknik *random sampling*. Sampel penelitian ini berjumlah 379 responden. Teknik pengumpulan data ini menggunakan observasi, wawancara serta angket atau kuesioner. Metode pengujian data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, metode analisis data menggunakan pengujian regresi dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian variabel gender dan latar belakang pendidikan tidak memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan, adapun efikasi diri berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan. Secara simultan variabel efikasi diri dan latar belakang orang tua memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan terlihat dari nilai probabilitasnya (*sig.*) ternyata $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Gender; Latar Belakang Orang Tua ; Latar Belakang Pendidikan; Efikasi Diri; Intensi Berwirausaha

Abstract

*The purpose of this study was to determine whether there is an influence of gender, parental background, educational background, and self-efficacy on the entrepreneurial intentions of vocational students in South Tangerang City. The method used is quantitative with a survey approach with random sampling techniques. The sample of this study amounted to 379 respondents. This data collection technique uses observation, interviews and questionnaires. Data testing methods use validity tests and reliability tests, data analysis methods use regression testing and hypothesis testing. The results of the study of gender variables and educational background did not have an influence on the entrepreneurial intentions of State Vocational School students in South Tangerang City, while self-efficacy had an effect on the Entrepreneurial Intentions of State Vocational School Students in South Tangerang City. Simultaneously, the variables of self-efficacy and parental background have an influence on the entrepreneurial intentions of State Vocational School students in South Tangerang City, as seen from the probability value (*sig.*) it turns out to be $0.000 < 0.05$.*

Keywords: Gender; Parents' Background; Educational Background; Self Efficacy; Entrepreneurial Intention

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan sumber daya tak tergantikan dan asset penting bagi suatu negara. Sumber daya manusia akan mengelola sumber daya lainnya seperti sumber daya alam, sumber daya modal, maupun teknologi. Untuk itu peran pemerintah diperlukan untuk menciptakan sumber daya

manusia unggul di Negara nya. Zaman terus maju dan teknologi cepat berkembang, sehingga sumber daya manusia harus mampu mengikuti perkembangan zaman dan percepatan teknologi agar mampu bersaing di era globalisasi ini.

Maju nya sumber daya manusia tidak lepas dari factor pendidikan. Dengan pendidikan dapat membentuk karakter dan membangun pengetahuan bagi setiap peserta didiknya. Pendidikan merupakan wadah untuk menjadikan generasi muda menjadi pribadi yang berfikir kritis, kreatif dan memiliki spiritual yang baik. Program wajib belajar 12 tahun dari pemerintah merupakan salah satu upaya Negara agar sumber daya manusianya menjadi lebih maju dan unggul. Salah satunya dengan melakukan transformasi dalam dunia pendidikan, apalagi saat ini dunia memasuki era revolusi industri kelima. Dimana perkembangan teknologi begitu pesat dan lapangan pekerjaan akan semakin berkurang karena otomasi. Untuk itu transformasi dunia pendidikan perlu menekankan beberapa aspek seperti aspek inovasi, kreativitas dan entrepreneurship.

Kebijakan pemerintah yang berpihak pada pengembangan budaya kewirausahaan sudah dimulai sejak tahun 1995 dan terus berkembang hingga kini. Di awal kebijakan tersebut Presiden RI saat itu menginstruksikan kepada seluruh masyarakat dan bangsa Indonesia untuk mengembangkan program-program kewirausahaan. Sejak saat itu gerakan pendidikan kewirausahaan mulai diprogramkan oleh berbagai organisasi, baik organisasi bidang pendidikan dasar, menengah dan pendidikan tinggi, serta organisasi pemerintah dan swasta (Susilaningih, 2015).

Sedangkan Menurut (Kholifah & Nurtanto, n.d.) bahwa pendidikan kewirausahaan di Indonesia masih kurang memperoleh perhatian yang cukup memadai, baik oleh dunia pendidikan maupun masyarakat. Banyak pendidik yang kurang memperhatikan penumbuhan karakter dan perilaku wirausaha peserta didik, baik di sekolah-sekolah kejuruan, maupun di pendidikan profesional. Orientasi mereka, pada umumnya hanyapada menyiapkan tenaga kerja. Sekolah Menengah Kejuruan merupakan satuan pendidikan yang mempersiapkan peserta didiknya untuk bekerja di industri atau melanjutkan studi di jenjang pendidikan tinggi, lulusan SMK juga didorong menjadi wirausaha kreatif. Pengembangan pembelajaran yang berorientasi pada pengembangan kompetensi siswa di era industri 5.0 menjadi salah satu fokus Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Pengembangan minat kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dipandang strategis untuk menyiapkan generasi mendatang yang produktif dan berkarakter.

Fakta nya banyak lulusan dari sekolah menengah kejuruan yang tidak diterima masuk dunia industri dan tidak melanjutkan kembali pendidikan ke tingkat perguruan tinggi kemudian mereka menjadi pengangguran. Jika dilihat dari data Badan Pusat Statistik mengenai tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan dari tahun 2020 – 2022, lulusan sekolah kejuruan menempati posisi tertinggi.

Tabel 1. Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan 2020-2022

Tingkat Pendidikan	Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan		
	2020	2021	2022
Tidak/Belum Pernah Sekolah/Belum Tamat & Tamat SD	3,61	3,61	3,59
SMP	6,46	6,45	5,95
SMA Umum	9,86	9,09	8,57
SMA Kejuruan	13,55	11,13	9,42
Diploma I/II/III	8,08	5,87	4,59
Universitas	7,35	5,98	4,80

Sumber: BPS.go.id

Minat berwirausaha penduduk di Indonesia juga tergolong masih rendah hal tersebut terlihat dari, rasio wirausaha di Indonesia saat ini hanya 3,1% dari total populasi penduduk, lebih rendah dari negara

Singapura 7% dan Malaysia 5%.. Meskipun rasio wirausaha di Indonesia sudah melebihi dari standar internasional (> 2%). Kemudian penduduk Indonesia juga lebih banyak yang memilih bekerja menjadi karyawan atau pegawai dari pada memilih berusaha atau berwirausaha.

Tabel 2. Minat Berwirausaha Negara-Negara Asia

No.	Economy (Asia)	Entrepreneurial Intention		
		2018	2019	2020
1	Oman	-	62.90	56.50
2	Qatar	29.10	45.30	45.60
3	United Arab Emirates	38.20	38.50	29.30
4	Indonesia	21.20	-	26.00
5	South Korea	31.00	25.70	25.90
6	Saudi Arabia	26.80	32.30	25.00
7	Iran	35.00	37.90	23.90
8	India	20.60	33.30	20.30

Sumber: gemconsortium.org

Survey menurut *Global Entrepreneurship Monitor* (organisasi non-profit untuk penelitian akademik yang memberikan informasi berkualitas mengenai kewirausahaan bagi masyarakat yang seluas-luasnya) mengenai *entrepreneurial intention* (niat berwirausaha) negara-negara di dunia, negara Indonesia di tahun 2022 berada di peringkat ke 4 dengan persentase 26.00 di bawah negara United Arab Emirate.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serapa parsial dan simultan pengaruh gender, latar belakang orang tua, dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan.

Menurut (Alma, 2019) “Kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan tambahan kemakmuran. Tambahan nilai dan kemakmuran ini diciptakan oleh individu wirausaha yang memiliki keberanian menanggungrisiko, menghabiskan waktu, serta menyediakan berbagai produk barang dan jasa. Sedangkan Menurut (Robert D. Hisrich, Michael P Peters, 2017) “kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dan memiliki nilai dengan mengorbankan waktu dan tenaga, melakukan pengambilan resiko finansial, fisik, maupun sosial, serta menerima imbalan moneter serta kepuasan dan kebebasan pribadi. Sedangkan menurut (Dewi et al., 2020) mengatakan bahwa kewirausahaan adalah sikap atau kemampuan membuat atau menciptakan hal-hal yang baru dan dan mempunyai nilai dan bermanfaat untuk diri sendiri atau orang lain. Berdasarkan pendapat ahli tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan sikap atau keahlian seseorang yang memiliki kemauan untuk menciptakan sesuatu melalui kreativitasnya menjadi sebuah inovasi sehingga memiliki nilai tambah.

Kewirausahaan memiliki beberapa prinsip-prinsip untuk dapat membuka peluang usaha yaitu : 1) jangan takut gagal, 2) semangat, 3) kreatif dan inovatif, 4) Bertindak dengan penuh perhitungandalam mengambil resiko, 5) sabar, olet dan tekun, 6) harus optimis, 7) ambisius, 8) pantang menyerah dan jangan putus asa, 9) Peka terhadap pasar atau atau dapat baca peluang pasar, 10) Berbisnis dengan standar etika, 11) Mandiri, 12) jujur, 13) peduli lingkungan, 14) membangun relasi dan networking (Sukmandi, 2016). Sedangkan (Arif Yusuf Hamali, 2017) mengatakan bahwa wirausaha yang sukses adalah seseorang yang telah belajar mengordinasikan fungsi masing-masing otak yang saling melengkapi , menggunakan seluruh kekuatan kreatif otak nya untuk menghasilkan inovasi yang paling praktis.

Menurut (Robert D. Hisrich, Michael P Peters, 2017) individu memiliki niat yang lebih kuat untuk bertindak ketika tindakan itu dianggap layak dan diinginkan, niat kewirausahaan bisa dijelaskan dngan cara yang sama. Persepsi kelayakan berkaitan dengan efikasi diri wirausaha. Efikasi diri wirausahawan mengacu pada keyakinan seseorang dapat berhasil menyelesaikan suatu pekerjaan. Sedangkan menurut (Taruli Serefina Simatupang S. Pd, 2021) Intensi kewirausahaan merupakan ide, gagasan, kreativitas

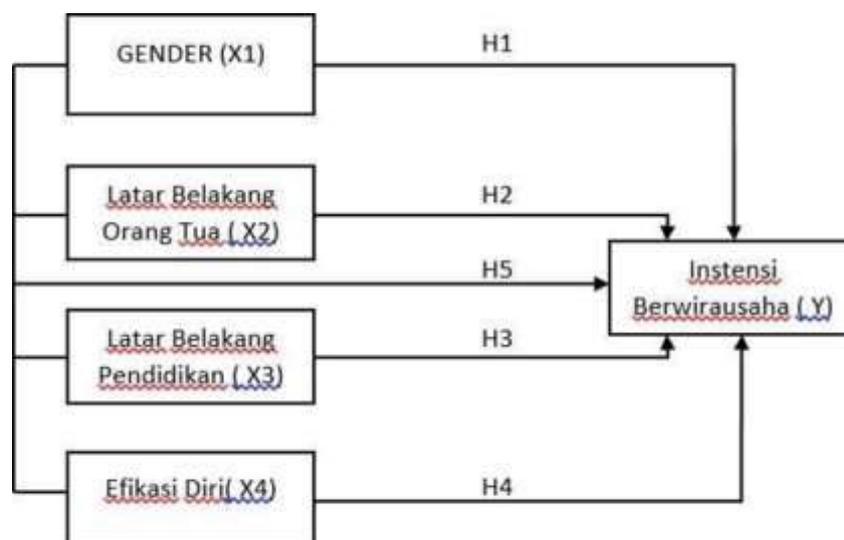
yang timbul dari dalam diri seseorang baik sengaja maupun tidak sengaja untuk melakukan tindakan – tindakan yang mampu membuka peluang usaha dalam memenuhi kehidupan di masa sekarang dan akan datang. Dari pendapat para ahli di atas maka penulis menyimpulkan bahwa intensi berwirausaha adalah hasrat atau keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan seperti berwirausaha.

Menurut (Handaru et al., n.d.) bahwa intensi berwirausaha diukur melalui seberapa besar keinginan individu untuk memulai bisnis yang baru. Prediksi individu mengacu pada seberapa besar kemungkinan untuk memulai bisnis tersebut dapat dilakukan dan gambaran tentang perilaku bisnis yang tampak dari individu. Tinggi dan rendahnya minat atau intensi berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai factor. Hal tersebut diperkuat oleh hasil penelitian, menurut (Hutasuhut, 2018) bahwa efikasi diri, latar belakang keluarga dan latar belakang pendidikan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha. Sama halnya dengan (Meinawati, 2018) Tumbuh dalam keluarga di mana orang tua mendirikan dan menjalankan bisnis menyediakan lingkungan yang menginspirasi dan mendukung serta menyediakan informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikan bisnis. Sebaliknya, ketiadaan latar belakang tersebut dapat membuat siswa tidak memiliki gambaran mengenai realitas dunia usaha serta kecil kemungkinan siswa akan memilih wirausaha sebagai preferensi karir. Sedangkan hubungan gender dan intensi berwirausaha memiliki hubungan yang signifikan berdasarkan hasil penelitian (Ahmar et al., 2016) bahwa laki-laki cenderung berwirausaha dari pada perempuan.

Jiwa wirausaha tak kalah pentingnya dapat ditumbuhkan dengan mendapat dukungan dari pihak keluarga. Semakin kondusif lingkungan keluarga dan masyarakat di sekitarnya, maka akan semakin mendorong seseorang untuk menjadi seorang wirausaha. Apabila lingkungan keluarga dan masyarakat mendukung, seseorang akan semakin tinggi niatnya untuk menjadi wirausaha dibandingkan jika tidak memiliki dukungan dari lingkungan keluarga dan masyarakat (Gde et al., n.d.). Sedangkan (Sudadio, 2016) mengatakan bahwa Jiwa entrepreneur dibentuk dan dilahirkan dari dunia pendidikan melalui proses pembelajaran, adapun yang menjadi rohnya entrepreneur adalah tumbuh sifat dan jiwa yang mandiri, kreatif, inovatif dan berani menghadapi. Adapun Hakikat dari berani adalah suatu keberanian dalam menghadapi resiko dan mampu mengerjakan atau menyelesaikannya, sementara orang lain tidak mampu untuk mengerjakan serta menyelesaikannya. Secara garis besar intensi berwirausaha dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun factor internal.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diteliti yaitu:

- H1** : Gender berpengaruh terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan, laki-laki mempunyai intensi kewirausahaan lebih tinggi.
- H2** : Latar belakang orang tua berpengaruh terhadap intensi siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan, siswa yang berlatar belakang orang tua wirausaha memiliki intensi berwirausaha lebih tinggi diban-dingkan mereka yang berlatar belakang orang tua non wirausaha.
- H3** : Latar belakang pendidikan berpengaruh terhadap intensi siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan, siswa yang berlatar belakang pendidikan ekonomi memiliki intensi berwirausaha lebih tinggi dibandingkan mereka yang berlatar belakang pendidikan non ekonomi.
- H4** : Efikasi Diri berpengaruh terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan.
- H5** : Gender, latar belakang orang tua, dan efikasi diri berpengaruh secarasimultan terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan.

METODE

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Metode survey yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri yang berada di kota Tangerang Selatan tahun ajaran 2022/ 2023 yang berjumlah 6.072 peserta didik. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada teknik sampling *probability sampling* yaitu dengan tehnik *simple random sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2017). Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus *Slovin*, sehingga diperoleh besarnya sampel berjumlah 379 siswa. Tahapan analisa dalam penelitian ini diawali dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data yg diperoleh. Sedangkan metode analisis data menggunakan pengujian regresi, dan serta pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial (Uji t) dan uji secara simultan (Uji F).

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Variabel demografi gender, latar belakang pendidikan orang tua, dan latar belakang pendidikan, dianggap sebagai variabel dummy dengan kode 0 dan 1. Untuk gender, 1 untuk laki-laki dan 0 untuk perempuan. Latar belakang pendidikan untuk ekonomi dan bisnis diberi kode 1 dan nonekonomi dan bisnis dengan kode 0. Latar belakang Orang tua wirausaha diberi kode 1 dan non wirausaha dengan kode 0.

Pengaruh Gender Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan

Tabel 3. Koofisien Regresi Gender terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	27.021	0.310		87.097	0.000
Gender	-0.309	0.500	-0.032	-0.618	0.537

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha



Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung untuk Gender $-0.618 > t$ tabel sebesar 1,653 dan probabilitasnya (sig.) ternyata $0,537 > 0,05$ hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, atau dengan kata lain Gender tidak berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK N Kota Tangerang Selatan.

Pengaruh Latar belakang orang tua Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 4. Koefisien Regresi Latar belakang orang tua (X₂) Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.088	0.316		82.563	0.000
Latar Belakang Orang Tua	1.894	0.482	0.198	3.930	0.000

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung untuk Latar belakang orang tua $3.930 < t$ tabel sebesar 1,653 dan probabilitasnya (sig.) ternyata $0,000 < 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain latar belakang orang tua berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK N Kota Tangerang Selatan.

Pengaruh Latar belakang Pendidikan Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 5. Koefisien Regresi Latar belakang Pendidikan (X₃) Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.762	0.301		89.024	0.000
Latar Belakang Pendidikan	0.406	0.511	0.041	0.794	0.428

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Berdasarkan tabel diatas diperoleh t hitung untuk Latar belakang pendidikan $0.794 < t$ tabel sebesar 1,653 dan probabilitasnya (sig.) ternyata $0,428 > 0,05$ hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, atau dengan kata lain latar belakang pendidikan tidak berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK N Kota Tangerang Selatan.

Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 6. Koefisien Regresi Efikasi Diri (X₄) Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.951	1.804	6.071	0.000
	Efikasi Diri	0.307	0.034	0.417	8.911

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha



Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung untuk efikasi diri $8.911 > t$ tabel sebesar 1,653 dan probabilitasnya (sig.) ternyata $0,000 < 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain efikasi diri berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK N Kota Tangerang Selatan.

Pengaruh Gender, Latar Belakang Orang tua, Latar Belakang Pendidikan, dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 7. ANOVA Untuk gender (X1) , Latar belakang Orang tua (X2), Latar belakang pendidikan (X3), dan Efikasi Diri (X4) Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1724.475	4	431.119	23.926	0.000 ^b
	Residual	6738.913	374	18.018		
	Total	8463.388	378			

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

b. Predictors: (Conserdasarkan tant), Efikasi Diri, Gender, Latar Belakang Pendidikan, Latar Belakang Orang Tua

Berdasarkan tabel di atas diperoleh Fhitung = 23.926 dengan signifikansi (sig.) sebesar 0,000, sedangkan Ftabel dengan derajat kebebasan (dk/df) untuk pembilang = 4 dan penyebut = 107 dan $\alpha = 0,05$ dari daftar tabel diperoleh = 2,46 dengan demikian Fhitung > Ftabel atau $36,292 > 2,46$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh gender (X1) , Latar belakang Orang tua (X2), Latar belakang pendidikan (X3), Dan Efikasi Diri (X4) Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK (Y).

Pembahasan

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka diperoleh koefisien korelasi multipelnya sebesar 0,451 yang termasuk dalam kategori tingkat hubungan yang kuat dengan kadar determinasi sebesar 0,204 atau dengan kata lain variabel Intensi Berwirausaha Siswa SMK dipengaruhi oleh variabel-variabel independen dalam penelitian ini sebesar 20,4% dan sisanya sebesar 79,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penemuan ini diperkuat penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Handaru et al., n.d.) yang mengatakan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Serta penemuan ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hutasuhut, 2018) bahwa factor keluarga berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, dan latar belakang pendidikan tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha siswa.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan :

Penelitian menemukan bahwa intensi berwirausaha dipengaruhi oleh variabel – variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini seperti latar belakang orang tua terbukti mempengaruhi intensi berwirausaha siswa SMK negeri dikota Tangerang Selatan, karena orang tua merupakan *role model* bagi anak-anak nya sehingga bias jadi anak akan terinspirasi dari apa yang orang tua mereka lakukan. Kemudian variabel efikasi diri juga terbukti memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha siswa SMK di Kota Tangerang Selatan. Sedangkan temuan yang lain nya menunjukkan bahwa variabel gender dan latar belakang pendidikan tidak memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha siswa SMK di Kota Tangerang Selatan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmar, M., Oman, U. (, Mohammad, S., & Oman, H. (. (2016). Influence Of Demographic Factors On The Entrepreneurial Intentions Of University Students In Oman. In *Investment Management And Financial Innovations* (Vol. 13, Issue 1).
- Alma, B. (2019). *Kewirausahaan* (24th Ed.).
- Arif Yusuf Hamali, S. S. M. M. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan*. Prenada Media.
- Dewi, K., Yaspita, H., & Yulianda, A. (2020). *Manajemen Kewirausahaan*. Deepublish.
- Gde, A. A., Suarjana, M., Luh, D., Wahyuni, M., Akuntansi, J., Bali, N., Kampus, J., Jimbaran, B., Selatan, K., & -Bali, B. (N.D.). Faktor Penentu Minat Berwirausaha Mahasiswa (Suatu Evaluasi Pembelajaran). In *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* (Vol. 13, Issue 1).
- Handaru, A. W., Parimita, W., & Mufdhalifah, I. W. (N.D.). *Membangun Intensi Berwirausaha Melalui Adversity Quotient, Self Efficacy, Dan Need For Achievement*.
<https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.155-166>
- Hutasuhut, S. (2018). The Roles Of Entrepreneurship Knowledge, Self-Efficacy, Family, Education, And Gender On Entrepreneurial Intention. *Dinamika Pendidikan*, 13(1), 90–105.
<https://doi.org/10.15294/dp.v13i1.13785>
- Kholifah, N., & Nurtanto, M. (N.D.). *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan Inovasi Pembelajaran Berbasis Karakter Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Entrepreneurship Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)*.
- Meinawati, N. (2018). Pengaruh Latar Belakang Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Efikasi Diri. *Indonesian Journal Of Economics Education*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.17509/jurnal>
- Robert D. Hisrich, Michael P Peters, D. A. S. (2017). *Entrepreneurship* (10th Ed.).
- Sudadio. (2016). *Model-Based Learning Implementation Of Entrepreneurship In The Framework Of The Establishment Of The Soul Entrepreneur Students Department Non-Formal Education Fkip Untirta*. 1, 1–10.
- Sugiyono. (2017).). *Metode Penelitian Kuantitatif; Kualitatif; Dan R&D*.
- Sukmandi. (2016). *Inovasi Dan Kewirausahaan: Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan*. Humaniora.
- Susilaningsih. (2015). *Prosiding Seminar Nasional 9 Mei 2015*.
- Taruli Serefina Simatupang S. Pd, M. P. (2021). *Intensi Berwirausaha : Sebuah Konsep Dan Studi Kasus Di Era Revolusi Industri 4.0*. Penerbit Adab.

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsibisnis@gmail.com

Pengaruh Beban Kerja, Pelatihan dan Motivasi terhadap Produktivitas Kerja pada PT Top Baker Indonesia

Dendi Thomas^{1*}, Wasiman²

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam
pb190910073@upbatam.ac.id^{1*}; wasiman903@gmail.com²

Received 7 Juni 2023 | Revised 15 Juni 2023 | Accepted 25 Juni 2023

*Korespondensi Penulis (yang mudah dihubungi).

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh dari beban kerja, pelatihan dan motivasi terhadap produktivitas kerja pada PT Top Baker Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah karyawan dari bagian operator pada PT Top Baker Indonesia dengan jumlah karyawan sebanyak 125 responden. Sampel yang terdapat penelitian ini ditentukan dengan penarikan berdasarkan pada *sampling* jenuh. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data dan perangkat lunak SPSS digunakan untuk menguji kualitas data, menguji asumsi klasik, menguji pengaruh, dan menguji hipotesis. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa beban kerja memiliki pengaruh sebesar 17,7% terhadap produktivitas kerja. Pelatihan memiliki pengaruh sebesar 30,0% terhadap produktivitas kerja, sedangkan motivasi memiliki pengaruh sebesar 19,9% terhadap produktivitas kerja. Analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa beban kerja, pelatihan dan motivasi secara bersama-sama dapat menjelaskan 71,9% kepada produktivitas kerja pada PT Top Baker Indonesia. Hasil dari temuan penelitian dapat menunjukkan bahwa secara simultan simultan, beban kerja, pelatihan dan motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja pada PT Top Baker Indonesia.

Keywords: Beban Kerja; Motivasi; Pelatihan; Produktivitas Kerja.

Abstract

The purpose of this study was to evaluate the effect of workload, training and motivation on work productivity at PT Top Baker Indonesia. The research method used is descriptive research with a quantitative approach. The population of this study were employees of the operators at PT Top Baker Indonesia with a total of 125 employees. The sample in this study was determined by withdrawal based on saturated sampling. This study uses multiple linear regression analysis to analyze the data and SPSS software is used to test the quality of the data, test the classical assumptions, test the effect, and test the hypotheses. The results of the multiple linear regression analysis show that workload has an effect of 17.7% on work productivity. Training has an effect of 30.0% on work productivity, while motivation has an effect of 19.9% on work productivity. Analysis of the coefficient of determination (R^2) shows that workload, training and motivation together can explain 71.9% of work productivity at PT Top Baker Indonesia. The results of the research findings can show that simultaneously, workload, training and motivation have a positive and significant effect on work productivity at PT Top Baker Indonesia.

Keywords: Motivation; Training; Workload; Work Productivity.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan sebagai dalam upaya untuk memprediksi dan merencanakan masa depan bisnis, perlu untuk mengevaluasi sumber daya manusianya. Korporasi dapat mengalami dampak jika sumber daya manusianya salah kelola. Manajemen sumber daya manusia perusahaan yang baik, di sisi lain, akan membantu perluasan bisnis. Hal ini diantisipasi dari departemen sumber daya manusia organisasi yang akan dapat meningkatkan efisiensi pekerjaannya dan akan dapat memainkan peran dalam memastikan kemajuan bisnis yang sesuai dengan ketentuan perusahaan yang ditentukan oleh karyawannya (Hendrayani, 2019:520).

Beban kerja mengacu pada ekspektasi yang ditempatkan pada personel oleh bisnis dalam hal tugas yang diharapkan mereka selesaikan dalam jumlah waktu yang ditentukan. Beban kerja mencakup semua aktivitas yang perlu diselesaikan oleh seorang individu dalam lingkungan kerja, baik itu proyek, tugas harian, atau tanggung jawab rutin. Beban kerja yang terlalu tinggi dapat berdampak negatif pada kesejahteraan seseorang. Hal ini dapat menyebabkan kelelahan, stres, dan penurunan produktivitas (Kristanto *et al.*, 2023:144).

Beban kerja sering kali dinyatakan dalam bentuk jam kerja atau volume pekerjaan yang harus diselesaikan dalam periode tertentu. Penting untuk mengelola beban kerja dengan baik agar tidak terlalu berat dan memungkinkan individu atau tim untuk tetap produktif dan efisien. Terlalu tinggi beban kerja dapat menyebabkan kelelahan, stres, dan penurunan kualitas pekerjaan (Ahmad *et al.*, 2023:14).

Beban kerja mengacu pada jumlah dan jenis tugas yang diharapkan atau diberikan kepada seseorang atau suatu tim dalam lingkungan kerja. Beban kerja dapat mencakup berbagai hal seperti jumlah proyek dan waktu yang tersedia untuk menyelesaikan tugas-tugas tersebut. Ini mungkin hasil dari tingkat pengetahuan yang terlalu tinggi yang dibutuhkan serta ada kemungkinan kecepatan kerja berlebih, kapasitas kerja berlebih, dan sebagainya (Saputra & Khairusy, 2022:36).

Dari pernyataan diatas menyimpulkan bahwa beban kerja sebagai jumlah tugas dengan dapat dapat melakukan dengan suatu periode waktu tertentu. Pengelolaan beban kerja yang efektif melibatkan penyeimbangan antara tugas yang harus dilakukan. Dengan melibatkan perencanaan yang baik, penugasan yang tepat, dan kemampuan untuk memprioritaskan tugas yang paling penting. Menurut pendapat dari Sanjani *et al.* (2021:46) menerangkan bahwa beban kerja dapat diukur melalui indikator (1) Target yang harus dicapai, (2) Kondisi pekerjaan, (3) Standar pekerjaan.

Permasalahan beban kerja dalam meningkatkan produktivitas kerja pada PT Top Baker Indonesia dengan hasil observasi ditemukannya bahwasanya beban kerja dengan diberikan kepada karyawan bagian operator produksi terlalu berlebihan, hal ini dikarenakan target yang diberikan terlalu besar tidak seimbang nya dengan jumlah karyawan. Selain itu, jam kerja yang karyawan dalam bekerja telah diketahui ketidaksesuaian dengan pertaturan yang ada, pernyataan tersebut disebabkan jika karyawan tidak bisa menghasilkan target yang diberikan maka karyawan tersebut harus bekerja pada waktu yang berlebih di luar jam kerja. Oleh karena itu, dari apa yang telah disampaikan sehingga diharapkan PT Top Baker Indonesia untuk dapat menambah kan jumlah karyawan pada bagian operator produksi agar beban kerja karyawan tidak berlebihan sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja pada PT Top Baker Indonesia.

Pelatihan merupakan proses penyampaian informasi dan keterampilan tertentu kepada karyawan untuk menghasilkan pekerja yang lebih kompeten dan cakap serta yang memiliki disposisi yang lebih baik seperti yang diharapkan. Pelatihan memberikan bantuan kepada karyawan dalam melaksanakan tugasnya saat ini dan dapat membantu karyawan mengembangkan tanggung jawab untuk masa depan (Carda & Hasyim, 2021:42).

Pelatihan merupakan upaya dalam memberi karyawan baru dan yang sudah ada keterampilan yang diperlukan untuk melakukan tugas mereka. Pelatihan kerja bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kerja dan produktivitas, serta membantu individu dalam menghadapi tuntutan pekerjaan yang semakin kompleks. Pelatihan kerja juga dapat membantu individu meningkatkan peluang karier mereka, memperoleh sertifikasi dan meningkatkan daya saing (Khasanah & Nurbaiti, 2021:1148).

Pelatihan adalah proses atau kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan, kemampuan seseorang dalam konteks pekerjaan atau lapangan kerja tertentu. Pelatihan kerja sangat penting dalam membantu individu menghadapi tuntutan pasar kerja yang terus berubah dan meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan atau meningkatkan performa di tempat kerja (Anggriyani *et al.*, 2022:15).

Dari pernyataan diatas menyimpulkan bahwa pelatihan sebagai proses pembelajaran dan pengembangan keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi yang diberikan kepada individu untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam melaksanakan tugas-tugas pekerjaan secara efektif. Pelatihan juga dapat memberikan pengetahuan tambahan tentang bidang kerja tertentu. Menurut pendapat dari Damastara & Sitohang (2020:6) menerangkan bahwasanya pelatihan memiliki indikator (1) Tujuan pelatihan, (2) Materi, (3) Metode yang digunakan, (4) Kualifikasi peserta, (5) Kualifikasi pelatih.

Permasalahan selanjutnya ialah pelatihan sebagaimana PT Top Baker Indonesia telah memberikan pelatihan kepada sebagian besar karyawannya, tetapi berdasarkan informasi yang didapatkan melalui wawancara bahwasanya karyawan yang mengikuti pelatihan belum bisa menerapkan serta memberikan contoh kepada karyawan yang lain tentang pelatihan yang sudah diikuti dikarenakan karyawan tersebut tidak dapat memahami secara serius dalam penyampaian materi dalam mengikuti pelatihan. Selain itu, ada pula karyawan yang enggan memberikan ilmu pelatihan yang diperoleh kepada karyawan lain. Oleh karena itu, diharapkan kepada PT Top Baker Indonesia harus lebih memperhatikan lagi tentang pelatihan yang diberikan agar karyawan dapat mengikuti serta dapat menerapkan pelatihan di tempat kerja.

Motivasi adalah dorongan internal atau eksternal yang mempengaruhi individu untuk mencapai tujuan-tujuan kerja tertentu. Ini adalah kekuatan yang mendorong individu untuk bertindak, berinovasi, dan berkinerja tinggi dalam lingkungan kerja. Motivasi kerja adalah kunci dalam mencapai kepuasan kerja, produktivitas yang tinggi, dan kesuksesan karier (Juyana & Wasiman, 2023:1983).

Motivasi dapat dijelaskan sebagai energi psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan pekerjaan dengan semangat, antusiasme, dan tekad yang tinggi. Motivasi kerja dapat berasal dari faktor internal, seperti kepuasan pribadi, pencapaian, dan rasa tanggung jawab, serta faktor eksternal, seperti penghargaan finansial, promosi, dan pengakuan dari rekan kerja atau atasan (Pulungan & Wasiman, 2023:236).

Motivasi dapat didefinisikan sebagai upaya yang diberikan perusahaan kepada karyawan dalam dukungan positif yang akan berdampak menyebabkan karyawan memiliki lebih banyak energi untuk melaksanakan tanggung jawabnya. Karyawan dapat melaksanakan tugas mereka ke tingkat optimal yang lebih tinggi ketika mereka sangat termotivasi, yang memungkinkan peningkatan kinerja secara keseluruhan (Wulandari & Wasiman, 2020:131).

Dalam kesimpulannya, motivasi adalah kekuatan yang mempengaruhi individu untuk melakukan pekerjaan dengan semangat dan dedikasi yang tinggi. Ini adalah dorongan internal atau eksternal yang memacu individu untuk mencapai tujuan, mengatasi rintangan, dan mencapai keberhasilan dalam karier mereka. Motivasi kerja adalah faktor kunci yang memengaruhi produktivitas individu. Menurut penjelasan dari Azhari (2020:71) menerangkan bahwa motivasi memiliki indikator dengan mencakup (1) Kebutuhan akan prestasi, (2) Kebutuhan hubungan sosial, (3) Kebutuhan akan kekuasaan.

Permasalahan selanjutnya yaitu motivasi sebagaimana berdasarkan hasil wawancara dan observasi bahwasanya terdapat karyawan yang kurangnya termotivasi untuk bekerja, hal ini disebabkan karyawan memiliki kurang baik dengan para pekerja yang lainnya, hal ini dikarenakan terdapat konflik antara karyawan dengan karyawan lainnya. Selain itu, karyawan kurang termotivasi dikarenakan tidak adanya jenjang karir pada PT Top Baker Indonesia, hal ini dikarenakan PT Top Baker Indonesia tidak menerapkan untuk promosi jabatan pada karyawan yang bekerja bagian operator produksi. Oleh karena itu, dari pernyataan tersebut diharapkan PT Top Baker harus dapat lebih mampu memotivasi karyawannya agar hal ini dapat membantu perusahaan dalam pencapaian produktivitas kerja yang efektif.

Produktivitas kerja dapat didefinisikan sebagai ukuran efisiensi dan efektivitas dalam mencapai hasil yang diinginkan dalam suatu waktu tertentu. Dalam kata lain, produktivitas kerja menggambarkan sejauh mana seseorang atau suatu organisasi dapat menghasilkan barang atau layanan dengan menggunakan sumber daya yang tersedia (Kristanto *et al.*, 2023:143).

Produktivitas kerja adalah konsep menyeluruh yang dapat diterapkan pada sistem apa pun, karena setiap aktivitas memerlukan beberapa tingkat produktivitas agar dapat dilakukan dengan sukses. Menghitung produktivitas melibatkan pembuatan perbandingan matematis antara jumlah yang dihasilkan dan jumlah yang diambil dari masing-masing sumber selama proses produksi (Carda & Hasyim, 2021:43).

Produktivitas kerja dapat dijelaskan sebagai tingkat output yang dihasilkan oleh tenaga kerja atau suatu unit produksi dalam satu periode waktu tertentu. Output ini dapat berupa barang, jasa, atau kinerja yang dihasilkan. Produktivitas kerja juga mencakup penggunaan efisien sumber daya, seperti waktu, tenaga, dan peralatan, untuk mencapai hasil yang diinginkan (Anggriyani *et al.*, 2022:16).

Dalam kesimpulannya, produktivitas kerja merupakan konsep penting dalam dunia kerja yang berkaitan dengan efisiensi, efektivitas, kualitas, dan hasil yang dihasilkan oleh individu atau suatu organisasi dalam suatu periode waktu tertentu. Di sisi organisasi, produktivitas kerja yang tinggi dapat meningkatkan efisiensi operasional. Menurut pendapat dari Rizki & Arwiyahyah (2020:4) menerangkan bahwasanya produktivitas kerja memiliki indikator (1) Kuantitas Kerja, (2) Kualitas Kerja, (3) Ketepatan Waktu.

Produktivitas kerja yang dihasilkan oleh karyawan pada PT Top Baker Indonesia belum mampu menghasilkan target 100% yang diberikan perusahaan. Hal ini dikarenakan terdapat permasalahan pada beban kerja, pelatihan dan motivasi yang belum sepenuhnya dapat terselesaikan oleh PT Top Baker Indonesia. Pada tabel berikut terdapat produktivitas kerja karyawan pada PT Top Baker Indonesia tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Produksi Dan Produktivitas Kerja Karyawan PT Top Baker Indonesia

No	Bulan	Jumlah Karyawan	Jumlah Produksi Perbulan (pcs)	Target Produksi Perbulan (pcs)	Persentase
1	Januari	125	245.000	256.000	95.70
2	Februari	125	210.000	246.000	85.37
3	Maret	125	233.000	246.000	94.72
4	April	125	213.000	256.000	83.20
5	Mei	125	255.000	266.000	95.86
6	Juni	125	245.000	266.000	92.11
7	Juli	125	221.000	236.000	93.64
8	Agustus	125	202.000	226.000	89.38
9	September	125	210.000	236.000	88.98
10	Oktober	125	206.000	236.000	87.29
11	November	125	245.000	256.000	95.70
12	Desember	125	220.000	226.000	97.35

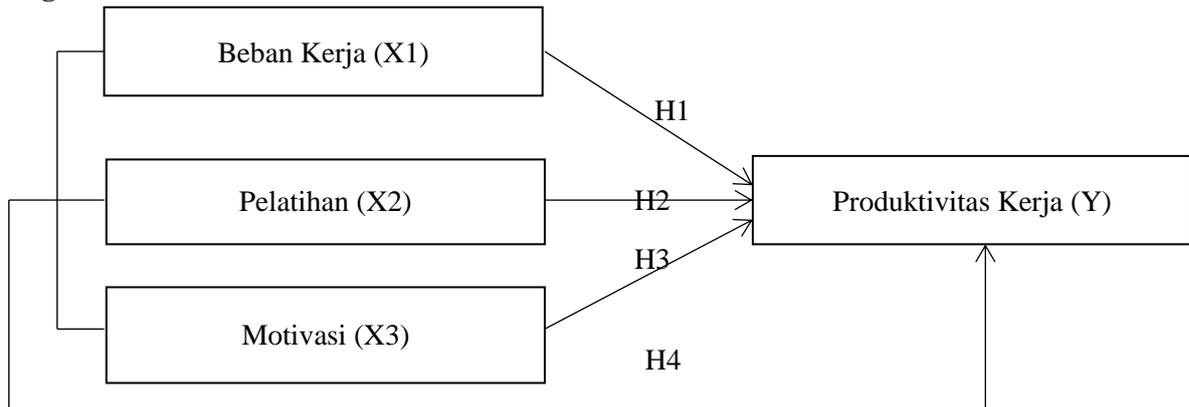
Sumber: PT Top Baker Indonesia (2023)

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat menunjukkan bahwasanya produktivitas kerja karyawan PT Top Baker Indonesia belum mampu menghasilkan 100% target yang diberikan. Hal ini dikarenakan terdapat permasalahan yang berkaitan dengan beban kerja, pelatihan dan motivasi yang dimana penyebab tidak tercapai target yang diberikan perusahaan dikarenakan perubahan perilaku karyawan terhadap permasalahan yang terdapat pada perusahaan, yang dimana permasalahan tersebut menyebabkan karyawan menjadi tidak semangat dalam bekerja sehingga hal tersebut sangat mempengaruhi produktivitas kerja pada PT Top Baker Indonesia. Oleh karena itu, diharapkan kepada PT Top Baker

Indonesia agar dapat menyelesaikan permasalahan yang ada pada perusahaan agar karyawan dapat menjadi semangat lagi dalam bekerja sehingga dapat mencapai target yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh beban kerja, pelatihan, dan motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan di PT Top Baker Indonesia. Para peneliti ingin memahami bagaimana faktor-faktor ini saling berinteraksi dan berdampak pada tingkat produktivitas karyawan. Dengan dapat memberikan wawasan kepada perusahaan tentang bagaimana meningkatkan produktivitas karyawan melalui manajemen beban kerja yang efektif, pelatihan yang tepat, dan upaya peningkatan motivasi.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Penelitian (2023)

Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah pernyataan atau dugaan sementara yang diajukan untuk diuji kebenarannya. Hipotesis yang terdapat pada penyelidikan ini dapat mencakupi:

H1 : Beban kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja.

H2 : Pelatihan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja.

H3 : Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja.

H4 : Beban kerja, pelatihan dan motivasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja.

METODE

Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dapat dijadikan sebagai metode penelitian dalam studi yang dilakukan ini. Dalam penelitian deskriptif, peneliti akan mengumpulkan data melalui berbagai metode, seperti observasi, wawancara, atau kuesioner. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara kuantitatif untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan, yang melibatkan pengumpulan data melalui instrumen penelitian. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kuantitatif atau statistik. Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Azhari, 2020:73).

Populasi merujuk pada kelompok atau himpunan individu, objek, atau peristiwa yang ingin dipelajari oleh peneliti. Populasi ini mewakili seluruh kelompok yang memiliki karakteristik atau sifat tertentu yang menjadi fokus penelitian (Sugiyono, 2019:127). Pada studi ini populasi terdiri dari karyawan operator pada PT Top Baker Indonesia dengan mencakup jumlah sebesar 125 karyawan dengan penarikan sampel berdasarkan dari *sampling* jenuh.

Dalam penelitian ini, proses pengujian dimulai dengan menguji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya, dilakukan pengujian melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu, dilakukan pengujian melalui

uji pengaruh dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi (R²). Terakhir, dilakukan pengujian melalui uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji f.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,650		
X1.2	0,751		
X1.3	0,693		
X1.4	0,650		
X1.5	0,519		
X1.6	0,593		
X2.1	0,605		
X2.2	0,685		
X2.3	0,642		
X2.4	0,595		
X2.5	0,486		
X2.6	0,586		
X2.7	0,582		
X2.8	0,588	0,1757	Valid
X2.9	0,650		
X2.10	0,613		
X3.1	0,546		
X3.2	0,701		
X3.3	0,761		
X3.4	0,714		
X3.5	0,702		
X3.6	0,621		
Y.1	0,691		
Y.2	0,580		
Y.3	0,448		
Y.4	0,611		
Y.5	0,715		
Y.6	0,578		

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dapat dilihat pada tabel 2 diatas menampilkan temuan pada pengujian validitas yang diperlakukan terhadap pada setiap item pernyataan mengenai variabel penelitian. Pada temuan mengungkapkan bahwa pernyataan dapat memperoleh pencapaian nilai dengan r hitung dengan dapat melebihi nilai yang ditetapkan pada r tabel. Dengan adanya penemuan ini, sebagaimana diperoleh kesimpulan yang dimana pada keseluruhan hasil pengujian pada item tersebut dapat dinyatakan sebagai data yang valid sehingga data dapat digunakan dalam penyelidikan ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Beban Kerja (X1)	0,718	6	Reliable
Pelatihan (X2)	0,800	10	Reliable
Motivasi (X3)	0,763	6	Reliable
Produktivitas Kerja (Y)	0,635	6	Reliable

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dapat dilihat pada tabel 3 di atas memberikan informasi hasil uji reliabilitas terhadap semua pernyataan variabel penelitian. Hasil menyebutkan dengan ditemukannya *cronbach's alpha* keseluruhan

pernyataan dapat pencapaian nilai dengan melebihi angka yang telah ditetapkan dengan besaran 0,60. Hasil ini pengujian reliabilitas memberikan penyimpulan dengan setiap pernyataan termasuk dalam variabel penelitian ini dapat dinyatakan *reliable*. Dengan kata lain instrumen tersebut dapat dipercaya dan dapat dipercaya dalam hal pengukurannya terhadap variabel yang sedang diselidiki.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		125
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.50879679
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.054
	<i>Positive</i>	.054
	<i>Negative</i>	-.045
<i>Test Statistic</i>		.054
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dapat dilihat tabel 4 diatas menampilkan hasil pengujian dengan melalui uji normalitas dengan dapat diamati bahwasanya diperoleh untuk pencapaian pada nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* ialah dengan besaran 0,200. Temuan ini dapat melebihi angka dari ambang 0,05 untuk signifikansi yang telah ditentukan. Dengan temuan ini, menarik kesimpulan sebagaimana pengujian menghasilkan temuan dengan dapat memperoleh data yang normal, hal ini dikarenakan temuan telah berhasil untuk memenuhi kriteria dari pengujian normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>	<i>Coefficients^a</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>Collinearity Statistics</i> <i>VIF</i>
1 (Constant)		
Beban_Kerja	.347	2.886
Pelatihan	.538	1.859
Motivasi	.521	1.918

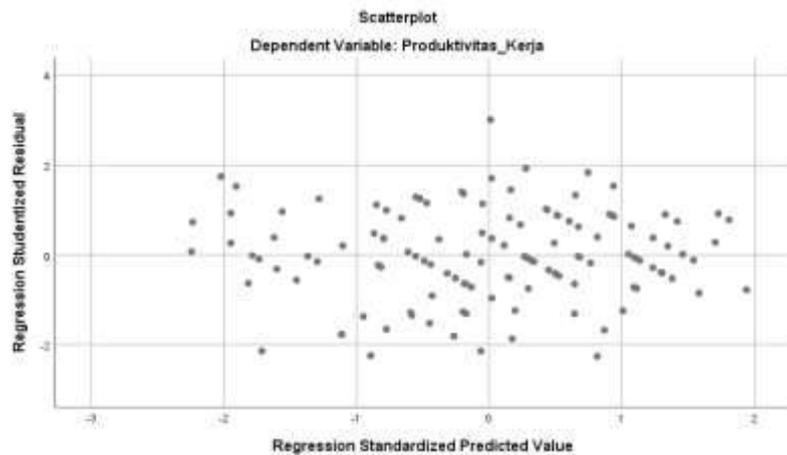
a. *Dependent Variable:* Produktivitas_Kerja

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dapat dilihat tabel 5 diatas menampilkan hasil uji multikolinearitas. Temuan ini sebagaimana menunjukkan bahwa pada hasil uji multikolinearitas dapat menunjukkan bahwa *tolerance* dapat menghasilkan nilai yang dapat melebihi pada 0,10 kemudian pada hasil yang diperoleh melalui *variance inflation factor* (VIF) dapat menghasilkan nilai dibawah 10,00. Dengan data yang telah dihasilkan tersebut dapat disimpulkan bahwa uji multikolinearitas pada variabel bebas yang telah diteliti dikatakan tidak terjadinya suatu korelasi dengan penyebutan lain tidak terjadinya suatu multikolinearitas diantara variabel bebas yang telah diteliti.



Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan di atas pada gambar 2. Temuan pada data diamati dengan dapat menunjukkan bahwa sebar terdiri dari titik-titik yang terdistribusi secara acak yang tidak dengan dapat membuat pola dengan yang jelas. Selain itu, titik-titik tersebut juga dengan dapat tersebar di atas dan di bawah angka 0 yang ditunjukkan pada sumbu Y. Karena itu, pengujian ini menyimpulkan bahwa penelitian yang diselidiki ini tidak menunjukkan dengan adanya bukti heteroskedastisitas.

Uji Pengaruh

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	
					B
1 (Constant)	3.251	1.182	2.750	.007	
Beban_Kerja	.177	.064	.224	2.764	.007
Pelatihan	.300	.037	.522	8.030	.000
Motivasi	.199	.054	.244	3.700	.000

a. *Dependent Variable:* Produktivitas_Kerja

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dapat dilihat pada tabel 6 di atas dapat menemukan sebuah persamaan dengan $Y = 3,251 + 0,177 X_1 + 0,300 X_2 + 0,199 X_3$. Dari persamaan dapat dipahami:

1. Dengan nilai 3,251, konstanta berpotensi menghasilkan nilai positif. Dalam pernyataan ini, dapat dikatakan bahwa variabel produktivitas kerja mampu menghasilkan nilai sebesar 3,251 ketika variabel yang mencakup beban kerja, pelatihan, dan motivasi bernilai 0 atau dianggap tidak ada.
2. Beban kerja terbukti memiliki hubungan positif dengan tingkat produktivitas kerja, dan koefisien hubungan ini tercatat sebesar 0,177. Temuan ini menyatakan, peningkatan beban kerja yang diberikan oleh PT Top Baker Indonesia dapat meningkatkan tingkat produktivitas kerja sebesar 17,7%.
3. Pelatihan terbukti memiliki hubungan positif dengan tingkat produktivitas kerja, dan koefisien hubungan ini tercatat sebesar 0,300. Temuan ini menyatakan, peningkatan pelatihan yang diberikan oleh PT Top Baker Indonesia dapat meningkatkan tingkat produktivitas kerja sebesar 30,0%.
4. Motivasi terbukti memiliki hubungan positif dengan tingkat produktivitas kerja, dan koefisien hubungan ini tercatat sebesar 0,199. Temuan ini menyatakan, peningkatan motivasi yang diberikan oleh PT Top Baker Indonesia dapat meningkatkan tingkat produktivitas kerja sebesar 19,9%.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	Model Summary ^b		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.725	.719	1.527

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Pelatihan, Beban_Kerja

b. Dependent Variable: Produktivitas_Kerja

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dapat dilihat pada tabel 7 diatas dapat memberikan penjelasan tentang pengujian dapat dilihat dengan melihat angka yang dihasilkan oleh *Adjusted R Square* yang menghasilkan besaran 0,719. Dengan demikian, hasil ini berpotensi memberikan penjelasan, seiring dengan beban kerja, pelatihan serta motivasi secara bersama-sama menjelaskan besaran sebesar 71,9% yang ditujukan kepada produktivitas kerja. Untuk hasil ini menyisakan 28,1% nilai ini tidak dimasukkan dalam penelitian ini tetapi nilai ini ditujukan untuk penelitian lain.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Tabel 8 Hasil Uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.251	1.182		2.750	.007
	Beban_Kerja	.177	.064	.224	2.764	.007
	Pelatihan	.300	.037	.522	8.030	.000
	Motivasi	.199	.054	.244	3.700	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas_Kerja

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dapat dilihat pada tabel 8 diatas mengenai temuan hasil uji t yang disajikan sebelumnya menunjukkan pemahaman berikut:

1. Beban kerja dinyatakan dengan nilai t hitung pada besaran 2,764, dan nilai ini dapat melebihi nilai t tabel (1,979). Lalu, sig. dinyatakan besarnya nilai sebagai 0,007 nilai ini tidak melebihi nilai ambang batas signifikansi 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa H1 dapat diterima dan beban kerja dikatakan memiliki hubungan parsial yang berpengaruh positif serta dapat signifikan yang diberikan kepada produktivitas kerja.
2. Pelatihan dinyatakan dengan nilai t hitung pada besaran 8,030, dan nilai ini dapat melebihi nilai t tabel (1,979). Lalu, sig. dinyatakan besarnya nilai sebagai 0,000 nilai ini tidak melebihi nilai ambang batas signifikansi 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa H2 dapat diterima dan pelatihan dikatakan memiliki hubungan parsial yang berpengaruh positif serta dapat signifikan yang diberikan kepada produktivitas kerja.
3. Motivasi dinyatakan dengan nilai t hitung pada besaran 3,700, dan nilai ini dapat melebihi nilai t tabel (1,979). Lalu, sig. dinyatakan besarnya nilai sebagai 0,007 nilai ini tidak melebihi nilai ambang batas signifikansi 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa H3 dapat diterima dan motivasi dikatakan memiliki hubungan parsial yang berpengaruh positif serta dapat signifikan yang diberikan kepada produktivitas kerja.

Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Tabel 9 Hasil Uji f (Simultan)

		ANOVA ^a				
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	745.718	3	248.573	106.551	.000 ^b
	<i>Residual</i>	282.282	121	2.333		
	<i>Total</i>	1028.000	124			

a. *Dependent Variable:* Produktivitas_Kerja

b. *Predictors:* (*Constant*), Motivasi, Pelatihan, Beban_Kerja

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dapat dilihat pada tabel 9 diatas mengenai temuan hasil uji f yang disajikan sebelumnya menunjukkan pemahaman dengan nilai f hitung pada besaran 106,551, dan nilai ini dapat melebihi nilai f tabel (2,69). Lalu, sig. dinyatakan besarnya nilai sebagai 0,000 nilai ini tidak melebihi nilai ambang batas signifikansi 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa Ha dapat diterima dan beban kerja, pelatihan dan motivasi dikatakan memiliki hubungan simultan yang berpengaruh positif serta dapat signifikan yang diberikan kepada produktivitas kerja.

Pembahasan

Pengaruh Beban Kerja Terhadap Produktivitas Kerja

Beban kerja dikatakan memiliki hubungan parsial yang berpengaruh positif serta dapat signifikan yang diberikan kepada produktivitas kerja. Penemuan ini dapat diketahui dari pengujian dengan dapat memberikan dengan nilai t hitung pada besaran 2,764, dan nilai ini dapat melebihi nilai t tabel (1,979). Lalu, sig. dinyatakan besarnya nilai sebagai 0,007 nilai ini tidak melebihi nilai ambang batas signifikansi 0,05. Dengan memberikan beban kerja yang adil, PT Top Baker Indonesia memastikan bahwa setiap karyawan diberikan tanggung jawab yang sebanding dengan kemampuan dan kapasitasnya. Dalam situasi ini, karyawan tidak akan merasa terbebani atau merasa di bawah tekanan yang berlebihan. Sebagai akibatnya, mereka dapat fokus dan berkonsentrasi sepenuhnya pada tugas-tugas yang diberikan.

Penemuan yang lebih dulu oleh Kristanto *et al.* (2023) sama halnya penelitian Ahmad *et al.* (2023) menegaskan bahwa beban kerja yang adekuat dapat berperan penting dalam meningkatkan produktivitas kerja. Dengan kata lain, ketika individu dihadapkan pada beban kerja yang sesuai dengan kemampuan dan sumber daya mereka, mereka cenderung mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Temuan ini memiliki implikasi penting dalam manajemen sumber daya manusia dan pengembangan strategi organisasi untuk memastikan bahwa beban kerja yang diberikan kepada karyawan sesuai dengan kapasitas mereka, sehingga dapat meningkatkan produktivitas secara keseluruhan.

Pengaruh Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja

Pelatihan dikatakan memiliki hubungan parsial yang berpengaruh positif serta dapat signifikan yang diberikan kepada produktivitas kerja. Penemuan ini dapat diketahui dari pengujian dengan dapat memberikan dengan nilai t hitung pada besaran 8,030, dan nilai ini dapat melebihi nilai t tabel (1,979). Lalu, sig. dinyatakan besarnya nilai sebagai 0,000 nilai ini tidak melebihi nilai ambang batas signifikansi 0,05. Dengan adanya pemahaman yang mendalam tentang pekerjaan mereka, karyawan akan mampu mengidentifikasi dan mengatasi masalah dengan lebih baik. Mereka juga dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia dan mencari cara-cara baru untuk meningkatkan efisiensi kerja. Semua ini akan berkontribusi pada peningkatan produktivitas kerja secara keseluruhan.

Penemuan yang lebih dulu oleh Carda & Hasyim (2021) sama halnya penelitian Khasanah & Nurbaiti (2021) temuan penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya

pelatihan dalam meningkatkan produktivitas kerja. Para pengambil keputusan organisasi dapat menggunakan temuan ini untuk merancang program pelatihan yang lebih efektif, sementara individu dapat memanfaatkan temuan ini sebagai motivasi untuk terus mengembangkan diri melalui pelatihan yang relevan dengan pekerjaan mereka.

Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja

Motivasi dikatakan memiliki hubungan parsial yang berpengaruh positif serta dapat signifikan yang diberikan kepada produktivitas kerja. Penemuan ini dapat diketahui dari pengujian dengan dapat memberikan dengan nilai t hitung pada besaran 3,700, dan nilai ini dapat melebihi nilai t tabel (1,979). Lalu, sig. dinyatakan besarnya nilai sebagai 0,007 nilai ini tidak melebihi nilai ambang batas signifikansi 0,05. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa motivasi yang diberikan oleh PT Top Baker Indonesia kepada karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat produktivitas kerja mereka. Semakin baik motivasi yang diberikan, semakin tinggi kemungkinan karyawan akan termotivasi untuk meningkatkan produktivitas mereka.

Penemuan yang lebih dulu oleh Parwati *et al.* (2021) sama halnya penelitian Azhari (2020) kombinasi temuan dari kedua penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas kerja. Dengan memahami pentingnya motivasi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya, organisasi dan manajer dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan memotivasi karyawan, sehingga meningkatkan produktivitas dan kinerja keseluruhan.

Pengaruh Beban Kerja, Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja

Beban kerja, pelatihan dan motivasi dikatakan memiliki hubungan simultan yang berpengaruh positif serta dapat signifikan yang diberikan kepada produktivitas kerja. Penemuan ini dapat diketahui dari pengujian dengan dapat memberikan dengan nilai f hitung pada besaran 106,551, dan nilai ini dapat melebihi nilai f tabel (2,69). Lalu, sig. dinyatakan besarnya nilai sebagai 0,000 nilai ini tidak melebihi nilai ambang batas signifikansi 0,05. Pernyataan tersebut menyiratkan bahwa ketika PT Top Baker Indonesia memberikan beban kerja yang tepat, pelatihan yang memadai, dan motivasi kepada karyawan mereka secara bersamaan, hal ini akan menghasilkan tingkat produktivitas kerja yang tinggi. Pemahaman ini menekankan pentingnya tiga faktor penting dalam meningkatkan produktivitas karyawan.

SIMPULAN

Penemuan ini dapat menyimpulkan bahwasanya hasil penelitian mengemukakan beban kerja, pelatihan, dan motivasi memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan. Dengan memperhatikan dan mengelola faktor-faktor ini dengan baik, perusahaan ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif, di mana karyawan merasa termotivasi, memiliki keterampilan yang diperlukan, dan dapat mengatasi beban kerja dengan efektif. Hal ini pada akhirnya berdampak positif pada kualitas produk dan pertumbuhan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Efdison, Z., Satria, E., & Ramadani, Y. (2023). Pengaruh Beban Kerja Dan Kompensasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Si Cepat Ekspres Indonesia Cabang Sungai Penuh. *E-Journal Al Dzahab*, 4(1), 12–19.
- Anggriyani, N., Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2022). Pengaruh Kompetensi Dan Pelatihan Kerja Terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus Dealer Yamaha Motor Di Bandar Lampung). *Journal of Economic and Business Research*, 2(1), 13–20.
- Azhari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada

- PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Area Sukaraja Sukabumi). *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 66–83.
- Carda, M., & Hasyim. (2021). Pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap produktivitas kerja pegawai kantor bupati kabupaten bulukumba. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 40–48.
- Damastara, A., & Sitohang, S. (2020). Pengaruh Pelatihan, Lingkungan kerja Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(11), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3696>
- Hendrayani. (2021). Pengaruh Beban Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Pada Cv. Riau Palet Pekanbaru. *Riau Economics and Business Review*, 12(4), 9–25. <https://ekobis.stieriau-akbar.ac.id/index.php/Ekobis/article/viewFile/366/355>
- Juyana, & Wasiman. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Harasoon Batindo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 1982–1987.
- Khasanah, M. M., & Nurbaiti. (2021). Pengaruh pelatihan dan kompensasi terhadap produktivitas kerja karyawan di PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 15–18. <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/6711/>
- Kristanto, D., Naryoto, P., Ipmawan, H., Kuncoro, A. W., Hendrawan, K., & Solehati, I. (2023). Pengaruh Pengawasan Kerja , Beban Kerja , Dan Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus pada Karyawan Bagian Stitching di PT . Mangul Jaya Bekasi). *Jurnal Publikasi Ilmu Ekonomi Dan Akuntanasi*, 3(1), 142–148. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jupea/article/view/639>
- Parwati, N. M. D., Putri Sri, A. A., & Ratna Sari, N. P. R. S. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan di Komaneka Resorts, Komaneka Bisma Ubud. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 5(1), 119. <https://doi.org/10.24843/jkh.2021.v05.i01.p10>
- Pulungan, N., & Wasiman. (2023). Pengaruh Stres Kerja, Motivasi Kerja Dan Lingkungan. *Cafeteria*, 4(1), 235–242. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58595/1/TIARA_NANDA_ANNISA-FEB.pdf
- Rizki, I. I., & Arwiyahyah, M. Y. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pelatihan Dalam Meningkatkan Produktivitas Di Pt Pln Pusat Pemeliharaan Listrik Unit Pelaksana Produksi Dan Workshop Iii Bandung. *EProceedings of Management*, 7(3), 6346–6352.
- Sanjani, D. R., Putri, D. F. A., & Putra, H. (2021). Hubungan Beban Kerja Dengan Produktivitas Kerja Pegawai Stikes Griya Husada Sumbawa. *Jurnal Kesehatan Dan Sains*, 4(2), 43–55. <http://jurnal.lppmstikesghs.ac.id/index.php/jks/article/view/72>
- Saputra, A., & Khairusy, M. A. (2022). Pengaruh Beban Kerja Dan Keselamatan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pada Pegawai Pelabuhan Perikanan Nusantara Karangantu Dikota Serang. *Jumanis - Baja*, 4(8), 14–20. <https://doi.org/10.56304/s0040363622080021>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Wulandari, M., & Wasiman. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt Amtek Engineering Batam. *Yayasan Akrab Pekanbaru*, 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsibisnis@gmail.com



Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di *E-Commerce* Shopee

Azizah^{1*}, Inda Sukati²

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam
pb180910270@upbatam.ac.id^{1*}; indasukatiutmjb@gmail.com²

Received 3 September 2023 | *Revised* 10 September 2023 | *Accepted* 17 September 2023

*Korespondensi Penulis (yang mudah dihubungi).

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari daya tarik iklan, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli di *e-commerce* Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi subjek penelitian ini adalah pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee di Kota Batam dengan teknik penentuan sampel menggunakan rumus *Lameshow* yang menghasilkan 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data dengan metode analisis data uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa daya tarik iklan memiliki pengaruh sebesar 23,0% terhadap minat beli. Kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 29,5% terhadap minat beli, sementara kepercayaan konsumen memiliki pengaruh sebesar 21,1% terhadap minat beli. Analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa daya tarik iklan, kualitas produk serta kepercayaan konsumen dapat menjelaskan 69,3% minat beli di *e-commerce* Shopee. Hasil temuan dari pengujian secara parsial maupun simultan, daya tarik iklan, kualitas produk serta kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di *e-commerce* Shopee.

Keywords: Daya Tarik Iklan; Kepercayaan Konsumen; Kualitas Produk; Minat Beli.

Abstract

This study aims to evaluate the impact of advertising attractiveness, product quality and consumer confidence on buying interest in Shopee e-commerce. The research method used is descriptive research with a quantitative approach. The population of the subjects of this study were users of the Shopee e-commerce application in Batam City with a sampling technique using the Lameshow formula which resulted in 100 respondents using purposive sampling techniques. This study uses multiple linear regression analysis to analyze data with data analysis methods, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests. The results of multiple linear regression analysis showed that ad attractiveness had an influence of 23.0% on buying interest. Product quality has an influence of 29.5% on buying interest, while consumer confidence has an influence of 21.1% on buying interest. The coefficient of determination (R^2) analysis shows that advertising attractiveness, product quality and consumer confidence can explain 69.3% of buying interest in Shopee e-commerce. The findings of partial or simultaneous testing, advertising attractiveness, product quality and consumer confidence have a positive and significant influence on buying interest in Shopee e-commerce.

Keywords: Advertising Attractiveness; Consumer Trust; Product quality; Purchase Interest.

PENDAHULUAN

E-commerce merupakan jual beli produk dan jasa secara elektronik melalui internet. Kata *e-commerce* juga bisa merujuk pada praktik berbisnis melalui internet untuk tujuan jual beli produk. *E-commerce* telah menjadi bagian yang sangat penting dari perekonomian global modern karena memungkinkan perusahaan untuk menjual produk dan jasa mereka ke pasar global tanpa harus memiliki kehadiran fisik di berbagai tempat. Pelanggan dapat membeli barang atau jasa secara *online* dengan mudah, menggunakan berbagai macam metode pembayaran elektronik, seperti kartu kredit, transfer bank, atau dompet digital (Anwar & Wardani, 2021:1371).

Daya tarik iklan pada *e-commerce* Shopee adalah konsep pemasaran komersial. Periklanan adalah penyebaran komunikasi terkait produk melalui berbagai media massa di mana pengiklan membayar biaya kepada media. Tujuan periklanan adalah untuk membujuk pelanggan potensial untuk melakukan pembelian dengan menarik rasa rasionalitas mereka dan membangkitkan perasaan yang menyenangkan di dalamnya (Efendi & Kusnawan, 2022:1). Daya tarik iklan pada *e-commerce* Shopee adalah motivasi yang mengarah iklan dan yang dimaksudkan untuk mendorong penerima menuju tujuan yang ditentukan oleh pemasar. Traksi dalam periklanan adalah teknik yang digunakan untuk membangkitkan minat konsumen, atau memengaruhi pendapat mereka tentang suatu merek atau produk. Pemasaran juga dapat dianggap sebagai sesuatu yang mendorong individu untuk mendiskusikan keinginan atau persyaratan mereka dan membangkitkan rasa ingin tahu mereka (Efendi *et al.*, 2021:18).

Daya tarik iklan pada *e-commerce* Shopee menurut Morrisian, dapat dianggap sebagai serangkaian proses yang memengaruhi sikap pelanggan terhadap produk dan layanan. Daya tarik iklan juga merupakan sesuatu yang memotivasi individu, menarik keinginan mereka, dan membangkitkan rasa ingin tahu mereka. Periklanan adalah semua jenis komunikasi non-pribadi yang dibayar oleh sponsor yang diakui yang mempromosikan organisasi, produk, layanan, atau konsep (Sari *et al.*, 2022:3). Pada pengertian diatas sehingga dapat menyimpulkan daya tarik iklan pada *e-commerce* Shopee merupakan komponen strategi kreatif iklan yang dapat dimanfaatkan sebagai landasan pesan iklan untuk menarik perhatian calon konsumen. Hal ini dilakukan agar dapat secara efektif mempengaruhi kesadaran, keyakinan, dan sikap terhadap produk yang diiklankan, ini akan mempengaruhi minat pelanggan dalam jangka panjang. Indikator daya tarik iklan pada *e-commerce* Shopee menurut Suheri *et al.* (2022:113) dapat meliputi (1) Ketertarikan ketika menonton iklan, (2) Keunikan iklan, (3) Iklan informatif, (4) Kejelasan iklan, (5) Keinginan membeli produk yang ditampilkan.

Pada permasalahan daya tarik iklan pada *e-commerce* Shopee, dimana berdasarkan data yang diperoleh melalui www.liputan6.com tentang persebaran pemberitaan *e-commerce* pada tahun 2021 didapatkan:

Tabel 1 Persebaran Pemberitaan *E-Commerce* Tahun 2021

No	Nama <i>E-commerce</i>	Jumlah Publikasi	Persentase
1	Tokopedia	3.205	44,0%
2	Shopee	3.012	41,4%
3	Blibli	1.501	20,6%
4	Bukalapak	1.454	20,0%
5	Lazada	1.157	15,9%
6	JD.ID	617	8,5%

Sumber: www.liputan6.com, diakses 24 Maret 2023.

Tabel 1 di atas menjelaskan data yang diperoleh melalui www.liputan6.com didapatkan bahwa menurut kategori media, yang meliputi 139 media cetak, 717 media internet, dan 4 media televisi. Tokopedia menempati urutan pertama berdasarkan persentase 44% atau dengan 3.205 jumlah publikasi. Sedangkan Shopee berada di urutan kedua dengan persentase 41,4% atau dengan 3.012 jumlah publikasi. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa persebaran berita Shopee masih kalah jika dibandingkan dengan Tokopedia. Selain itu, berdasarkan data yang diperoleh melalui riniisparwati.com

iklan Shopee mempunyai sisi negatif dimana pada iklan Shopee 11.11 *Big Sale* menggunakan artis yang menampilkan aurat yang berlebihan hal tersebut tentu saja sesuatu yang sangat bertentangan dengan norma-norma yang selama ini berlaku di Indonesia.

Kualitas produk pada *e-commerce* Shopee adalah kekuatan produk ketika menunjukkan manfaatnya, seperti kelengkapan, daya tahan, keandalan, akurasi, kesederhanaan operasi pada suatu produk, dan kemudahan servis, serta karakteristik lainnya. Kualitas produk sebagai keseluruhan fitur dan sifat dari suatu barang atau jasa yang menentukan seberapa baik dapat memenuhi standar tertentu sejalan dengan pasar yang dirancang (Haqiqi & Widwi, 2021:720). Kualitas produk pada *e-commerce* Shopee merupakan hal yang sangat penting untuk kesuksesan bisnis secara keseluruhan, karena secara langsung mempengaruhi penjualan dan loyalitas pelanggan. Kemampuan setiap perusahaan untuk meningkatkan kreativitas dalam menghasilkan barang yang diberikan kepada pelanggan dan meningkatkan teknologi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas produk difasilitasi dengan adanya lingkungan bisnis yang dinamis (Ramadhan & Saputra, 2022:640).

Kualitas produk pada *e-commerce* Shopee mengacu pada atribut produk atau layanan yang berdampak pada kesesuaiannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan audiens target yang dinyatakan dan tersirat, seperti yang dikomunikasikan oleh penjual kepada pembeli selama pengenalan produk, transmisi informasi, dan proses persuasi (Karmilah *et al.*, 2022:764). Dari penekanan yang disebutkan di atas, menyimpulkan kualitas produk *e-commerce* Shopee mengacu pada kemampuan produk untuk menarik perhatian pelanggan atau memenuhi permintaan yang dinyatakan atau disimpulkan sebagai ukuran kualitas. Kemampuan untuk mengembangkan nilai produk dapat mengalahkan antusiasme pembelian pelanggan tergantung pada komitmen perusahaan terhadap kualitas produk. Menurut pernyataan oleh Karmilah *et al.* (2022:765) indikator kualitas produk pada *e-commerce* Shopee dapat meliputi (1) Kinerja, (2) Kualitas yang dipersepsikan, (3) Kesesuaian dengan spesifikasi, (4) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, (5) Keandalan.

Permasalahan kualitas produk pada *e-commerce* Shopee, dimana berdasarkan data yang diperoleh melalui databoks diperoleh *survei* yang diadakan Ipsos dengan 1.051 peserta dari 15 kota besar di Indonesia akan mengikuti *survei* mulai Januari 2022 pada tanggal 12 hingga 21, mengenai kualitas produk *e-commerce* di Indonesia diperoleh bahwa kualitas produk terbaik dipegang oleh Tokopedia dengan penilaian sebesar 74%, sedangkan Shopee berada di posisi kedua dengan perolehan penilaian sebesar 63% yang dimana nilai tersebut sama dengan Lazada yang berada di posisi ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh *e-commerce* Shopee tidak memenuhi standar yang ditetapkan oleh pelanggannya, hal ini dikarenakan Shopee belum mampu menduduki peringkat 1 pada *survei* Ipsos terkait dengan kualitas produk. Oleh karena itu, *e-commerce* Shopee diharapkan untuk dapat meningkatkan kualitas produk dengan cara memberikan jaminan kepada pembeli dengan kualitas produk terbaik hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan pada minat beli konsumen di *e-commerce* Shopee.

Kepercayaan konsumen pada *e-commerce* Shopee adalah keyakinan yang kuat dalam ketergantungan dan ketergantungan seseorang atau sesuatu. Hubungan antara kepercayaan dan niat untuk membeli. Produsen yang terbuka dengan pelanggan mereka tentang bahan yang mereka gunakan dan potensi risiko barang mereka lebih mungkin untuk mendapatkan kepercayaan mereka (Wahyuni *et al.*, 2022:1671). Kepercayaan konsumen pada *e-commerce* Shopee mengacu pada informasi dan kesimpulan yang ditarik konsumen tentang produk, fitur, dan keunggulan berdasarkan pengalaman mereka berbelanja. Jika konsumen sudah mengalami kepuasan setelah mengonsumsi atau memanfaatkan suatu produk dengan merek tertentu, maka kepercayaan akan berkembang. Konsumen yang merasa nyaman dan memiliki kepercayaan pada suatu produk tidak mungkin meninggalkan atau beralih ke merek pesaing (Sarjita, 2020:72).

Kepercayaan konsumen pada *e-commerce* Shopee mengacu pada informasi yang disajikan kepada mereka dan kesimpulan yang mereka buat tentang produk yang mereka beli. Keyakinan pada barang

atau jasa perusahaan berasal dari realisasi penawaran tersebut akan membantu pelanggan mencapai hasil yang diinginkan. Untuk memastikan bahwa konsumen memiliki akses informasi yang lengkap tentang barang dan jasa yang benar-benar sesuai dengan kebutuhannya (Nisak & Sukaris, 2022:141). Pada ungkapan yang dijelaskan para ahli diatas, menyimpulkan bahwa kepercayaan konsumen pada *e-commerce* Shopee adalah keyakinan bahwa seseorang dapat mengandalkan orang lain untuk memenuhi janji mereka dalam transaksi bisnis. Oleh karena itu, kepercayaan pada pengecer, barang, dan organisasi sangat penting untuk keberhasilan hubungan bisnis jangka panjang apa pun. Menurut Wahyuni *et al.* (2022:1671) kepercayaan konsumen pada *e-commerce* Shopee dapat diukur dengan melalui indikator (1) Keandalan, (2) Kejujuran, (3) Kepedulian.

Permasalahan kepercayaan konsumen pada *e-commerce* Shopee, dimana berdasarkan data yang diperoleh melalui Play Store didapatkan bahwa masih terdapat ulasan negatif yang terkait dengan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Bahwa terdapat beberapa ulasan yang diperoleh, akan tetapi diantara ulasan tersebut yang paling dominan terkait dengan kualitas pada aplikasi tersebut, dimana pengguna banyak mengeluh dengan aplikasi Shopee dimana ulasan yang menyebutkan setelah di *update* aplikasi malah menjadi berat, hal ini dikarenakan Shopee menghadirkan banyak fitur dalam satu aplikasi seperti Shopee Video, Shopee Live, ShopeeFood dan yang lainnya, hal ini tentu saja aplikasi menjadi berat sehingga membuat *loading* menjadi lama. Selain itu, pengguna banyak mengeluhkan dengan pengiriman produk yang lama dimana berdasarkan ulasan yang menyebutkan bahwa produk yang sampai hampir 2 minggu bahkan lebih tidak sesuai dengan estimasi ekspedisi pengiriman yang berkisar 2-3 hari. Masih ada beberapa ulasan yang kurang baik dari aplikasi Shopee di Play Store, menunjukkan bahwa pengguna belum sepenuhnya percaya pada Shopee.

Minat beli pada *e-commerce* Shopee adalah keinginan pelanggan untuk membeli produk atau layanan yang terbentuk dari keinginan seorang konsumen untuk melakukan pembelian. Pelanggan yang belum membeli produk tertentu tetapi tertarik untuk melakukannya di masa mendatang dianggap sebagai pelanggan potensial. Individu ini adalah calon pelanggan. Calon pembeli inilah yang dicari perusahaan guna meningkatkan permintaan terhadap produk yang diproduksinya (Suheri *et al.*, 2022:114). Minat beli pada *e-commerce* Shopee adalah sesuatu yang berkembang setelah dirangsang oleh objek yang dilihatnya, dan hal ini menimbulkan minat beli untuk memperolehnya. Minat untuk membeli akan terlihat jika pelanggan menyukai apa yang mereka lihat dan anggap berguna. Keinginan perilaku yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli adalah hasil dari prosedur penilaian perusahaan (Sarjita, 2020:71).

Minat beli pada *e-commerce* Shopee adalah kemungkinan bahwa konsumen akan membeli merek yang lebih besar dari layanan atau berpindah dari suatu merek kepada merek yang lain. Jika kelebihannya jauh melebihi kerugiannya, konsumen akan memiliki kemauan yang lebih besar untuk melakukan pembelian. Ketika pelanggan mendapatkan informasi dari berbagai sumber, hal itu meningkatkan kemungkinan mereka akan melakukan pembelian (Karmilah *et al.*, 2022:765). Pada ungkapan diatas menyimpulkan bahwa minat beli pada *e-commerce* Shopee adalah suatu perilaku konsumen yang didefinisikan oleh keinginan konsumen untuk membeli atau memilih sesuatu berdasarkan pengalaman sebelumnya melalui pemilihan, konsumsi, dan penggunaan produk, atau bahkan keinginan. Minat beli digunakan untuk menentukan kemungkinan bahwa konsumen akan membeli suatu produk atau melakukan dengan cara tertentu. Penjelasan Widayat & Purwanto (2020:126) indikator dalam minat beli pada *e-commerce* Shopee diantaranya (1) Minat transaksional, (2) Minat referensial, (3) Minat preferensial, (4) Minat eksploratif.

Minat beli pada *e-commerce* Shopee sangat dipengaruhi oleh faktor yang terkait dengan daya tarik iklan, kualitas produk dan kepercayaan konsumen, yang dimana permasalahan pada faktor tersebut belum dapat terselesaikan dengan baik oleh *e-commerce* Shopee, terbukti dari data yang dikumpulkan dari situs iprice.co.id terkait dengan jumlah pengunjung pada tahun 2021-2022 yang dapat diperlihatkan sebagaimana pada berikut:

Tabel 2 Jumlah Pengunjung *E-Commerce* Shopee

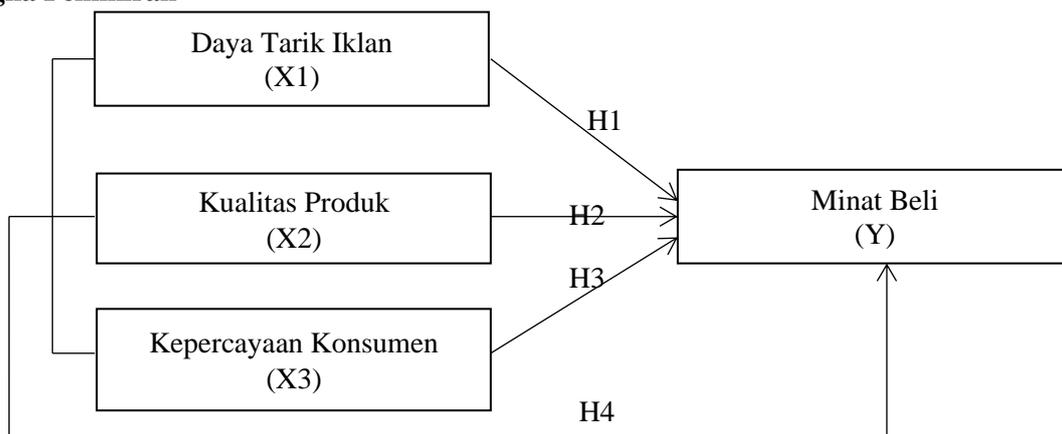
No	Periode	Tahun	Jumlah Pengunjung	Kenaikan dan Penurunan Pengunjung	Persentase
1	Kuartal 1	2021	127,400,000		
2	Kuartal 2	2021	126,996,700	-403,300	-0.32%
3	Kuartal 3	2021	134,383,300	7,386,600	5.82%
4	Kuartal 4	2021	138,776,700	4,393,400	3.27%
5	Kuartal 1	2022	132,776,700	-6,000,000	-4.32%
6	Kuartal 2	2022	131,296,667	-1,480,033	-1.11%
Rata-Rata			131,938,345	779,333	0.67

Sumber: Iprice.co.id, diakses 24 Maret 2023

Tabel 3 di atas dapat menjelaskan bahwa pengunjung *e-commerce* Shopee pada kuartal 1 2021 sebanyak 127.400.000, akan tetapi jumlah pengunjung menurun pada kuartal 2 2021 yang berjumlah 126.996.700. Kemudian pada kuartal 3 2021 sampai dengan kuartal 4 kembali terjadi kenaikan yang signifikan. Selanjutnya pada kuartal 1 2022 sampai dengan kuartal 2 2022 jumlah pengunjung kembali menurun. Dari hal tersebut didapatkan rata-rata jumlah pengunjung *e-commerce* Shopee dari kuartal 1 2021 sampai kuartal 2 2022 dengan rata-rata 131.938.345 pengunjung. Dari data yang diperoleh tersebut minat beli pada *e-commerce* Shopee masih tergolong rendah dikarenakan jumlah pengunjung banyak mengalami penurunan. Dengan demikian, Shopee diharuskan dapat menyelesaikan permasalahan pada daya tarik iklan, kualitas produk hal ini bertujuan agar minat beli pada *e-commerce* Shopee dapat meningkat.

Dengan memahami pengaruh daya tarik iklan, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli di *e-commerce* Shopee, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pemangku kepentingan, seperti pemasar, penjual, dan Shopee itu sendiri, untuk meningkatkan strategi pemasaran, meningkatkan kualitas produk, dan membangun kepercayaan konsumen yang lebih baik dalam konteks *e-commerce*. Pada penelitian ini tujuan yang hendak dicapai bagaimana daya tarik iklan, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen dapat mempengaruhi secara parsial dan secara simultan terhadap minat beli.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Penelitian (2023)

Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi pertama yang dibuat untuk memberikan solusi terhadap suatu masalah. Akibatnya, hipotesis untuk penyelidikan ini seperti yang dijelaskan di bawah ini:

- H1 : Daya tarik iklan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *e-commerce* Shopee.
- H2 : Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *e-commerce* Shopee.
- H3 : Kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *e-commerce* Shopee.
- H4 : Daya tarik iklan, kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *e-commerce* Shopee.

METODE

Jenis penelitian deskriptif yang dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif akan dijadikan metode pada studi yang dilakukan ini. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan data kuantitatif yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan pengukuran langsung. Melalui pendekatan ini, peneliti diharapkan dapat memperkuat analisis yang dilakukan dan menyusun kesimpulan yang lebih akurat mengenai situasi tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji hubungan antara daya tarik iklan, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen pada *platform e-commerce* Shopee. Studi kuantitatif adalah studi yang menggunakan alat penelitian dan analisis statistik untuk mengumpulkan data pada populasi atau sampel tertentu untuk mengevaluasi hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2019:17).

Populasi sebagai istilah yang merupakan suatu orang, benda dengan dapat memiliki karakteristik atau kualitas tertentu yang menjadi objek penelitian. Populasi memiliki cakupan generalisasi yang luas, dan terdiri dari berbagai objek atau subyek dengan harus dipilih dengan hati-hati dan harus memenuhi kriteria penelitian yang ditentukan (Pohan & Sukmal, 2020:15). Dalam penelitian yang dilakukan, populasi mencakup pembeli atau pengguna dengan telah membeli suatu barang di *e-commerce* Shopee pada tahun 2023. Namun, jumlah pasti dari populasi pada studi ini tidak dapat mengetahuinya dengan jumlah yang pasti. Oleh karena itu, 100 orang responden berpartisipasi dalam penelitian ini berkat rumus *Lamshow* yang digunakan untuk pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan beberapa kriteria yang terdiri dari: (1) Hanya pengguna yang telah melakukan 2 atau lebih pembelian melalui *platform* Shopee yang berhak mengikuti survei ini. Hal ini dilakukan agar mereka yang mengikuti kajian memiliki pemahaman yang baik seperti apa daya tarik iklan Shopee, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen. (2) Rentang usia responden yang kami gunakan minimal 17 tahun ke atas. Alasannya, orang pada usia tersebut lebih cenderung menggunakan atau membeli sesuatu dari toko *online* Shopee.

Pada penelitian ini pengujian diawali dengan uji kualitas data yang dapat terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian melalui uji asumsi klasik dengan terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedastisitas. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian melalui uji pengaruh dengan terdiri dari analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Terakhir pengujian melalui uji hipotesis dengan terdiri dari uji t dan uji f.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 3 Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,778	0,1966	Valid
X1.2	0,788	0,1966	Valid
X1.3	0,798	0,1966	Valid
X1.4	0,722	0,1966	Valid

X1.5	0,711	0,1966	Valid
X2.1	0,808	0,1966	Valid
X2.2	0,625	0,1966	Valid
X2.3	0,756	0,1966	Valid
X2.4	0,853	0,1966	Valid
X2.5	0,789	0,1966	Valid
X3.1	0,726	0,1966	Valid
X3.2	0,804	0,1966	Valid
X3.3	0,781	0,1966	Valid
Y.1	0,698	0,1966	Valid
Y.2	0,735	0,1966	Valid
Y.3	0,647	0,1966	Valid
Y.4	0,720	0,1966	Valid

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Tabel 3 yang telah ditampilkan pada diatas, dapat mengungkapkan bahwa dalam uji validitas untuk semua pernyataan mengenai variabel penelitian, didapatkan hasil yang menunjukkan pada kolom r hitung dengan dapat melebihi dari nilai pada kolom r tabel. Dengan demikian, dengan menyimpulkan bahwa pada ungkapan yang dihasilkan uji validitas untuk semua pernyataan yang dimiliki variabel penelitian dapat dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Daya Tarik Iklan (X1)	0,816	5	Reliable
Kualitas Produk (X2)	0,824	5	Reliable
Kepercayaan Konsumen (X3)	0,649	5	Reliable
Minat Beli (Y)	0,646	5	Reliable

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Tabel 4 yang telah diperlihatkan pada diatas, sebagaimana mengetahui hasil uji reliabilitas seluruh pernyataan pada variabel penelitian yang diteliti dengan hasil penemuan nilai *cronbach's alpha* yang dapat melebihi pada 0,60. Seperti data yang telah dihasilkan tersebut dengan ditarik simpulan pada pengujian uji reliabilitas dengan meliputi keseluruhan pernyataan pada variabel yang diteliti dikatakan *reliable* sehingga data tersebut dapat dipercaya atau dengan kata lain data dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27630280
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.054
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel 5 yang telah ditampilkan pada diatas, sebagaimana telah menunjukkan yang pada *kolmogorov-smirnov* dapat menunjukkan bahwa pada nilai yang dihasilkan dengan *asympt. sig. (2-tailed)* dengan dapat besaran hasil 0,200 yang dapat melebihi pada suatu ambang untuk taraf signifikansi dengan besaran 0,05. Temuan data dapat telah dihasilkan tersebut dengan dikatakan bahwa pengujian yang dikemukakan pada *kolmogorov-smirnov* dengan telah dapat memenuhi sebuah asumsi pada normalitas, dengan adanya hasil tersebut dapat diperoleh pernyataan dengan dinyatakan sebagai data yang berdistribusi dengan cara yang normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

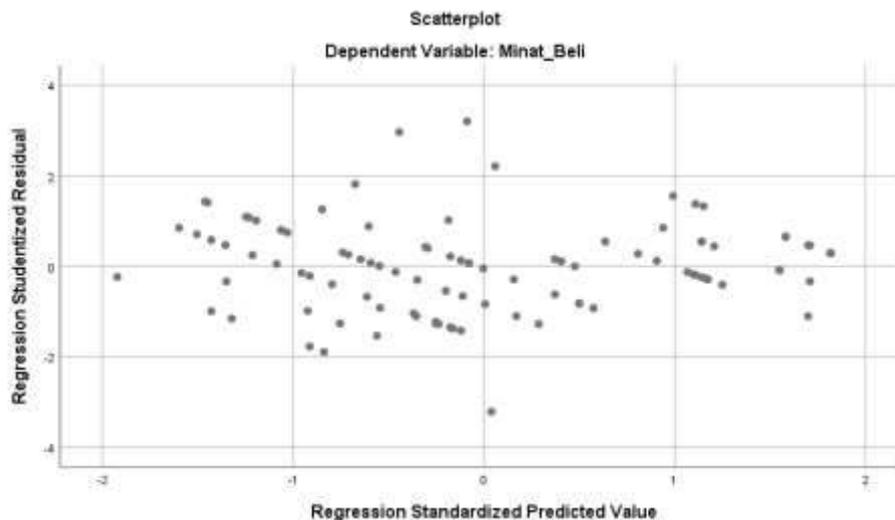
Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1 (Constant)		
Daya_Tarik_Iklan	.516	1.937
Kualitas_Produk	.517	1.934
Kepercayaan_Konsumen	.795	1.259

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Tabel 6 yang telah ditampilkan sebelumnya, sebagaimana menunjukkan hasil uji multikolinearitas menemukan bahwa *tolerance* dapat menghasilkan nilai yang dapat melebihi pada 0,10 kemudian pada hasil yang diperoleh melalui *variance inflation factor* (VIF) dapat menghasilkan nilai dibawah 10,00. Dengan data yang telah dihasilkan tersebut menyimpulkan dengan temuan uji multikolinearitas untuk keseluruhan dari variabel bebas yang telah diteliti dikatakan tidak terjadinya suatu korelasi dengan penyebutan lain tidak terjadinya suatu multikolinearitas diantara varibel bebas yang telah diteliti.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Gambar 2 yang telah ditampilkan pada, hasil uji heteroskedastisitas dapat mengungkapkan bahwa gambar sebar tersebut menggambarkan distribusi poin yang tampaknya acak, tanpa adanya pola yang jelas. Selain ini, pada suatu titik-titik dengan dapat menyebarkan secara merata pada diatas dengan dibawah angka 0 yang terposisi pada sumbu Y. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak ada bukti heteroskedastisitas dalam penyelidikan yang dilakukan.

**Uji Pengaruh
Analisis Regresi Linier Berganda**

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>	<i>Coefficients^a</i>				<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>Beta</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>				
1 (<i>Constant</i>)	3.342	.918			3.640	.000
Daya_Tarik_Iklan	.230	.050	.356		4.598	.000
Kualitas_Produk	.295	.051	.451		5.825	.000
Kepercayaan_Konsumen	.211	.073	.182		2.909	.004

a. *Dependent Variable:* Minat_Beli

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Tabel 7 yang telah disediakan diatas, hasil penelitian mengungkapkan temuan bahwa hubungan antara dapat dijelaskan dengan model $Y = 3,342 + 0,239X_1 + 0,295X_2 + 0,211X_3$. Temuan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta memiliki nilai 3,342. Penemuan ini dapat diberikan pemahaman bahwa ketika daya tarik iklan, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen semua bernilai nol atau diabaikan secara bersamaan, tingkat minat beli pada e-commerce Shopee tetap ada dan sebesar 3,342. Dengan demikian, konstanta ini dapat diinterpretasikan sebagai tingkat minat beli dasar yang ada di platform tersebut.
2. Korelasi positif antara daya tarik iklan dan minat beli. Koefisien yang tercatat untuk variabel daya tarik iklan adalah 0,239. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam daya tarik iklan di e-commerce Shopee akan berkontribusi pada peningkatan minat beli sebesar 23,9%.
3. Korelasi positif antara kualitas produk dan minat beli. Koefisien yang tercatat untuk variabel kualitas produk adalah 0,295. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam kualitas produk di e-commerce Shopee akan berkontribusi pada peningkatan minat beli sebesar 29,5%.
4. Korelasi positif antara kepercayaan konsumen dan minat beli. Koefisien yang tercatat untuk variabel kepercayaan konsumen adalah 0,211. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam kepercayaan konsumen di e-commerce Shopee akan berkontribusi pada peningkatan minat beli sebesar 21,1%.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Model Summary^b</i>	
			<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.838 ^a	.703	.693	1.296

a. *Predictors:* (*Constant*), Kepercayaan_Konsumen, Kualitas_Produk, Daya_Tarik_Iklan

b. *Dependent Variable:* Minat_Beli

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Tabel 8 dengan disediakan pada diatas, dapat diamati bahwa kombinasi dari berbagai variabel bebas seperti daya tarik iklan, kualitas produk dan kepercayaan konsumen memiliki kemampuan untuk menjelaskan sebanyak 69,3% variasi dalam variabel terikat, yaitu minat beli di e-commerce Shopee. Sisanya, sebesar 30,7%, dapat dikaitkan dengan faktor yang lain, sebagaimana faktor tersebut tidak dapat dimasuki pada lingkup kajian yang dilakukan ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Tabel 9 Hasil Uji t (Parsial)

<i>Model</i>	<i>Coefficients^a</i>			<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	3.342	.918		3.640	.000
Daya_Tarik_Iklan	.230	.050	.356	4.598	.000
Kualitas_Produk	.295	.051	.451	5.825	.000
Kepercayaan_Konsumen	.211	.073	.182	2.909	.004

a. *Dependent Variable:* Minat_Beli

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Tabel 9 dengan disediakan pada di atas, memberikan pemahaman yang dapat dinyatakan seperti berikut:

1. Daya tarik iklan dapat mengungkapkan besaran pada t hitung dengan nilai 4,598 maka dapat melebihi pada t tabel (1,984) serta dengan diperolehnya Sig. dapat menghasilkan besaran 0,000 yang tentu saja tidak memiliki kelebihan pada nilai 0,05. Dengan hasil tersebut memberikan cerminan dengan dimana H1 yang dapat diterima dengan kata lain secara parsial daya tarik iklan memberikan suatu hubungan dengan positif serta dengan signifikan yang telah diberikan kepada minat beli.
2. Kualitas produk dapat mengungkapkan besaran pada t hitung dengan nilai 5,825 maka dapat melebihi pada t tabel (1,984) serta dengan diperolehnya Sig. dapat menghasilkan besaran 0,000 yang tentu saja tidak memiliki kelebihan pada nilai 0,05. Dengan hasil tersebut memberikan cerminan dengan dimana H2 yang dapat diterima dengan kata lain secara parsial kualitas produk memberikan suatu hubungan dengan positif serta dengan signifikan yang telah diberikan kepada minat beli.
3. Kepercayaan konsumen dapat mengungkapkan besaran pada t hitung dengan nilai 2,909 maka dapat melebihi pada t tabel (1,984) serta dengan diperolehnya Sig. dapat menghasilkan besaran 0,004 yang tentu saja tidak memiliki kelebihan pada nilai 0,05. Dengan hasil tersebut memberikan cerminan dengan dimana H3 yang dapat diterima dengan kata lain secara parsial kepercayaan konsumen memberikan suatu hubungan dengan positif serta dengan signifikan yang telah diberikan kepada minat beli.

Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Tabel 10 Hasil Uji f (Simultan)

<i>Model</i>	<i>ANOVA^a</i>				
	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 Regression	381.244	3	127.081	75.650	.000 ^b
Residual	161.266	96	1.680		
Total	542.510	99			

a. *Dependent Variable:* Minat_Beli

b. *Predictors:* (Constant), Kepercayaan_Konsumen, Kualitas_Produk, Daya_Tarik_Iklan

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Tabel 10 yang telah ditampilkan pada diatas, dengan nilai f hitung sebesar 75,650 maka dapat melebihi pada f tabel (2,70) serta dengan diperolehnya Sig. dapat menghasilkan besaran 0,000 yang tentu saja tidak memiliki kelebihan pada nilai 0,05. Dengan hasil tersebut memberikan cerminan dengan dimana Ha yang dapat diterima dengan kata lain secara simultan daya tarik iklan, kualitas produk dan kepercayaan konsumen memberikan suatu hubungan dengan positif serta dengan signifikan yang telah diberikan kepada minat beli

Pembahasan

Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli

Temuan hasil analisis data yang telah dilakukan, terungkap bahwa daya tarik iklan dapat mengungkapkan bahwa dengan cara parsial telah dapat memiliki hubungan yang positif dengan signifikan yang ditujukan kepada minat beli. Temuan ini diperoleh melalui uji t, di mana nilai pada t hitung dengan nilai 4,598 maka dapat melebihi pada t tabel (1,984) serta dengan diperolehnya *Sig.* dapat menghasilkan besaran 0,000 yang tentu saja tidak memiliki kelebihan pada nilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan daya tarik iklan pada platform Shopee dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Dalam konteks ini, perusahaan atau pengiklan dapat mempertimbangkan untuk mengoptimalkan elemen-elemen kreatif, pesan, dan strategi iklan yang digunakan untuk menarik perhatian dan minat beli konsumen dengan lebih efektif.

Dalam temuan penelitian dari Efendi & Kusnawan (2022) serta Efendi *et al.* (2021) mengonfirmasi dan memperkuat bukti bahwa daya tarik iklan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Temuan ini memberikan panduan berharga bagi praktisi pemasaran dan periklanan dalam mengembangkan strategi iklan yang efektif dan menarik bagi konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Temuan hasil analisis data yang telah dilakukan, terungkap bahwa kualitas produk dapat mengungkapkan bahwa dengan cara parsial telah dapat memiliki hubungan yang positif dengan signifikan yang ditujukan kepada minat beli. Temuan ini diperoleh melalui uji t, di mana nilai pada t hitung dengan nilai 5,825 maka dapat melebihi pada t tabel (1,984) serta dengan diperolehnya *Sig.* dapat menghasilkan besaran 0,000 yang tentu saja tidak memiliki kelebihan pada nilai 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin menarik dan berkualitas suatu produk yang ditawarkan di Shopee, semakin tinggi kemungkinan konsumen berminat melakukan pembelian. Dalam konteks ini, jika produk yang ditawarkan di Shopee memiliki reputasi yang baik dan mendapatkan ulasan positif dari pelanggan sebelumnya, hal ini dapat memberikan nilai tambahan bagi calon pembeli untuk memilih produk tersebut.

Dalam temuan penelitian dari Haqiqi & Widwi (2021) serta Ramadhan & Saputra (2022) menegaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan. Oleh karena itu, para produsen dan pemasar perlu memberikan perhatian yang serius terhadap kualitas produk mereka guna meningkatkan minat beli pelanggan dan mencapai keberhasilan dalam pasar

Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli

Temuan hasil analisis data yang telah dilakukan, terungkap bahwa kepercayaan konsumen dapat mengungkapkan bahwa dengan cara parsial telah dapat memiliki hubungan yang positif dengan signifikan yang ditujukan kepada minat beli. Temuan ini diperoleh melalui uji t, di mana nilai pada t tabel (1,984) serta dengan diperolehnya *Sig.* dapat menghasilkan besaran 0,004 yang tentu saja tidak memiliki kelebihan pada nilai 0,05. Temuan penelitian ini memberikan bukti bahwa kepercayaan konsumen pada e-commerce Shopee memiliki peran penting dalam mendorong minat beli konsumen. Oleh karena itu, penting bagi Shopee untuk terus membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen melalui upaya seperti meningkatkan kualitas layanan, menjaga keamanan transaksi, dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen.

Dalam temuan penelitian dari Wahyuni *et al.* (2022) serta Rozi & Nasikan (2020) temuan dari kedua penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya membangun kepercayaan konsumen dalam konteks pemasaran. Perusahaan dan merek harus berfokus pada membangun hubungan

yang kuat dengan konsumen dan mempertahankan tingkat kepercayaan yang tinggi agar dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli

Temuan hasil analisis data yang telah dilakukan, terungkap bahwa daya tarik iklan kualitas produk dan kepercayaan konsumen dapat mengungkapkan bahwa dengan cara simultan telah dapat memiliki hubungan yang positif dengan signifikan yang ditujukan kepada minat beli. Temuan ini diperoleh melalui uji f, di mana nilai hitung sebesar 75,650 maka dapat melebihi pada f tabel (2,70) serta dengan diperolehnya Sig. dapat menghasilkan besaran 0,000 yang tentu saja tidak memiliki kelebihan pada nilai 0,05. Temuan penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan e-commerce Shopee dalam meningkatkan minat beli konsumen bergantung pada kemampuannya untuk menyajikan daya tarik iklan yang kuat, kualitas produk yang baik, dan membangun kepercayaan konsumen. Dengan menggabungkan ketiga faktor ini secara efektif, Shopee dapat mendorong dan meningkatkan minat beli konsumen, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada pertumbuhan bisnis mereka.

KESIMPULAN

Dari temuan penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan dapat mengungkapkan simpulan yang dijelaskan berikut:

1. Daya tarik iklan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli (Y) di *e-commerce* Shopee.
2. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli (Y) di *e-commerce* Shopee.
3. Kepercayaan konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli (Y) di *e-commerce* Shopee.
4. Daya tarik iklan (X1), kualitas produk (X2) dan kepercayaan konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli (Y) di *e-commerce* Shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Efendi, J., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Brand X . Eight Pada Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Program Studi Manajemen). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2).
- Efendi, U., Agnesia, A., Gunawan, Usman, M., Radhiana, & Permana, F. A. (2021). *HUBUNGAN PERSEPSI HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN ONLINESHOP DENGAN MINAT BELI MELALUI MEDIA SOSIAL PASCA PANDEMIK COVID-19*. 2, 1–141.
- Haqiqi, N., & Widwi, H. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli konsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farmkabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 717–729. [file:///E:/jurnal seminar proposal/jurnal fix/minat beli/1514-Article Text-4471-publish.pdf](file:///E:/jurnal%20seminar%20proposal/jurnal%20fix/minat%20beli/1514-Article%20Text-4471-publish.pdf)
- Karmilah, S., Hamdani, I., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Keripik Singkong Wahana Snack. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 762–773. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2066>
- Nisak, H., & Sukaris. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen , Promosi Media Sosial Dan Celebrity Endoser Terhadap Minat Beli. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 3(02), 138–148.
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3),

907–920.

- Nyio, J. G., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2022). Pengaruh Iklan Online, Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1835–1846. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/44475>
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 02(01), hal. 13-17.
- Ramadhan, H. I., & Saputra, A. D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PT HIJRAH INSAN KARIMA BEKASI. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(3).
- Rozi, A. F., & Nasikan. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan ,Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Produk Batik Tulis Mutiara Sendang Lamongan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 126–140. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i2.9050>
- Sari, F. W., Zaroni, A. N., & Fadhilah, N. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan , Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Generasi Muslim Millennial. *BORNEO ISLAMIC FINANCE AND ECONOMICS JOURNAL*, 2(2), 1–14.
- Sarjita. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 69–82. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suheri, A., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air The Influence of Advertising Attractiveness and Brand Image on Purchase Intention and Its Impact on Airline Purchasing*. 05, 110–119.
- Wahyuni, C., Siregar, Z. M. E., & Rambe, B. H. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Universitas Labuhanbatu). *Journal of Educational and Language Research*, 1(11), 1669–1676.
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsiibisnis@gmail.com

Pengaruh *Work-Life Balance* dan *Job Embeddedness* terhadap *Job Satisfaction Part-Time Working Students* di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

Ahmad Mahyuni¹, Praja Hadi Saputra², Nur Endah Ramayanti³

¹Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
Email: praja.hs@umkt.ac.id

Received 18 Juli 2023 | *Revised* 25 Agustus 2023 | *Accepted* 20 September 2023

*Korespondensi Penulis (yang mudah dihubungi)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Work-Life Balance* dan *Job Embeddedness* terhadap *Job Satisfaction Part-Time Working Students* di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Sampel yang digunakan sebanyak 140 responden, yang dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form. Teknik analisis data dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif dan analisis data dengan menggunakan program SPSS V25. Berdasarkan hasil penelitian *Work-Life Balance* dan *Job Embeddedness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Job Satisfaction Part-Time Working Students* di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Hasil penelitian ini selanjutnya dapat bermanfaat bagi pemangku kebijakan pada sektor pendidikan ini, khususnya perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur untuk lebih memperhatikan sistem pembelajaran bagi mahasiswa pekerja.

Kata Kunci: *Job Satisfaction, Work-Life Balance, Job Embeddedness*

Abstract

This study aims to determine the effect of Work-Life Balance and Job Embeddedness on Job Satisfaction among part-time students at the Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. The sample used was 140 part-time students as respondents, who were selected using purposive sampling. Data is obtained by distributing questionnaires through google form. Data analysis techniques in this study descriptive statistical analysis and data analysis using the SPSS V25 program. Based on the results of work-life balance and job embeddedness research, it has a positive and significant effect on the Job Satisfaction of Part-Time Working Students at the University of Muhammadiyah East Kalimantan. The results of this research can further be useful for policymakers in this education sector, especially universities at the University of Muhammadiyah East Kalimantan to pay more attention to the learning system for working students.

Keywords: *Job Satisfaction, Work-Life Balance, Job Embeddedness*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman berbagai jenis kebutuhan semakin meningkat dan kompleks, kebutuhan yang krusial bagi manusia salah satunya yakni kebutuhan akan pendidikan. Pendidikan merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting karena pendidikan mempunyai tugas untuk menyiapkan sumber daya manusia (SDM) yang baik dan berkualitas untuk pembangunan bangsa dan negara agar lebih maju serta pendidikan itu sendiri merupakan suatu hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan kita. Pendidikan sangat penting bagi kehidupan seorang agar dapat memainkan perannya

dalam masyarakat yang berlanjung seumur hidup dan berguna untuk masa yang akan datang. Sistem pendidikan nasional yang menjelaskan bahwa pendidikan dilakukan agar mendapat tujuan yang diharapkan bersama, menurut UU No 20 Tahun 2003 tujuan pendidikan nasional untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk watak, serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Bertujuan untuk berkembangnya potensi didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia sehat, berilmu, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab (Nasional, 1982).

Mahasiswa yang bekerja bukanlah hal yang baru, sebagian mahasiswa melakukannya untuk mencari penghasilan tambahan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Banyak mahasiswa yang mencari penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhannya karena pada dasarnya setiap orang ingin segala sesuatu dilakukan dengan cara yang wajar agar mahasiswa dapat lebih fokus pada studinya. Sebagian besar pekerjaan yang dilakukan mahasiswa adalah pekerjaan paruh waktu, yang lebih fleksibel bagi mahasiswa karena biasanya hanya bekerja 3-5 jam sehari, tergantung jenis pekerjaannya. kedisiplinan, serta memperhatikan kondisi kesehatan fisik dan psikis karena harus membagi peran menjadi seorang mahasiswa, dan seorang yang bekerja, pilihan untuk kuliah sambil bekerja bukanlah suatu hal yang mudah karena memiliki manfaat dan resiko tersendiri bagi kelangsungan dan keberhasilan pendidikan mahasiswa.

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur adalah perguruan tinggi yang menyediakan kelas reguler sore dimana terdapat mahasiswa yang berkuliah dikelas ini adalah pekerja. Mahasiswa tidak khawatir jika jam kuliah dan jam kerja akan bentrok. Dikarenakan kelas ini dimulai dari jam 5 sore hingga jam 10 malam, yang dimana kelas reguler sore ini sangat tempat untuk para *part-time working students*. Ada beberapa faktor yang dapat menghambat keberhasilan mahasiswa yang sedang berkuliah sekaligus bekerja salah satunya adalah kelelahan.

Faktor kelelahan ini akan berdampak pada tugas yang semestinya dikerjakan tapi tidak dikerjakan. Agar tercapainya keberhasilan pendidikan maka mahasiswa yang kuliah sekaligus bekerja harus bisa menyeimbangkan antara kewajiban dalam studi dan pekerjaan. Keseimbangan (*balance*) menjadi hal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan seseorang yang sanggup pada beberapa peran dalam kehidupannya (*life*). Kuliah sambil bekerja harus disikapi secara bijaksana, jika tidak bisa maka konsekuensinya dapat berupa terganggunya aktivitas belajar dan bekerja sehingga tingkat keberhasilan pendidikan mahasiswa untuk menjadi seorang yang berprestasi akan menurun. Karena tujuan utama sebagai mahasiswa adalah mencapai indeks prestasi yang memuaskan, oleh itu *work-life balance* dan *job embeddedness* sangat penting bagi keberhasilan pendidikan mahasiswa yang kuliah sambil bekerja.

Vyas & Shrivastava, (2017) mendefinisikan *work-life balance* adalah keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan seorang individu, misalnya memiliki waktu lebih untuk relaksasi, memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja dan dapat membantu dalam pekerjaan secara maksimal, dimana *work-life balance* merupakan pilihan untuk mengelola kewajiban pekerjaan dan studi mahasiswa yang bekerja sehingga mahasiswa akan dapat meminimalisir dampak negatif yang mungkin akan terjadi pada mahasiswa yang bekerja. *Work-life balance* (WLB) adalah persepsi individu tentang aktivitas pekerjaan dan non-kerja yang kompatibel, ini mendorong pertumbuhan melalui prioritas hidup individu, termasuk menyeimbangkan tanggung jawab dalam pekerjaan, kehidupan keluarga, kehidupan pribadi dan aktivitas, diluar pekerjaan sebagai tuntutan yang harus dipenuhi, Hasan & Muafi (2023). *Work-life balance* adalah keadaan dimana seseorang mampu meminimalkan dan menyeimbangkan konflik antara kehidupan pribadi dan pekerjaan (Wardani & Firmansyah, 2019). Menurut Anugrah & Priyambodo, (2021) faktor yang dapat mempengaruhi *work-life balance* yaitu, waktu, rencana kegiatan, dan kelelahan. Wardani & Firmansyah, (2019) *work-life balance* meliputi beberapa indikator yaitu, *Time Balance* (keseimbangan waktu), *Involvement Balance* (keseimbangan keterlibatan) dan *Satisfaction Balance* (keseimbangan kepuasan).

Job adalah keterikatan karyawan terhadap pekerjaan dan organisasi yang dipengaruhi oleh aspek didalam pekerjaan (*on the job*) dan diluar pekerjaan (*off the job*). Semakin kuat jalinan kesesuaian serta hubungan antara individu karyawan dengan komunitas, maka manfaat yang didapatkan semakin baik, maka dapat disimpulkan semakin individu tersebut mempersepsikan dirinya terikat dengan komunitas yang terdapat pada organisasi akan berdampak lebih baik untuk organisasi Mitchell *et al.*, (2001). *Job embeddedness* merupakan suatu kekuatan gabungan yang dapat mencegah karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya (Yang *et al.*, 2019). Terdapat tiga aspek *job embeddedness* menurut Mitchell *et al.*, (2011) yaitu, *fit*, *link* dan *sacrifice*. Thomas & Feldman, (2006) menyatakan ada beberapa indikator *job embeddedness* yaitu, Kecocokan karyawan dengan organisasi, kecocokan karyawan dengan pekerjaan, hubungan baik dengan rekan kerja, hubungan baik dengan anggota kelompok kerja, manfaat (keuntungan) secara materi, dan Manfaat (keuntungan) secara psikologis.

Work-Life Balance dan *Job Embeddedness* sangat penting untuk keberhasilan organisasi ditentukan oleh hasil yang dilakukan orang lain (bawahan). Persepsi ikatan individu pada organisasi, sebagai bentuk keterkaitan individu terhadap organisasi dapat mendorong timbulnya kepedulian atau rasa tanggung jawab individu terhadap organisasi, keadaan ini dapat disebabkan karena individu yang *embedded* akan mempersepsikan dirinya sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari organisasinya. *Job satisfaction* (kepuasan kerja) bukanlah seberapa keras seorang bekerja antara seberapa baik seorang bekerja, tetapi seberapa besar seseorang menyukai pekerjaan tertentu. Kepuasan kerja berhubungan dengan perasaan atau sikap seseorang terhadap pekerjaan itu sendiri, gaji, kesempatan untuk maju atau pendidikan pengawasan rekan kerja, beban kerja, dan lain-lain, (Rahayu & Rushadiyah, 2021). Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa *job satisfaction* memiliki keterikatan dengan *work-life balance* dan *job embeddedness*. Tanpa *job satisfaction* dalam *part-time working student* di khawatirkan akan berdampak pada pekerjaan dengan perkuliahan, tak bisa dipungkiri *part-time worker* semakin tahun akan semakin meningkat. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ulang dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh *work-life balance* dan *job embeddedness* terhadap *job satisfaction part-time student* di Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Apakah *work-life balance* dan *job embeddedness* berpengaruh terhadap *job satisfaction part-time working students* di Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tentang *work-life balance* dan *job embeddedness* apakah berpengaruh terhadap *job satisfaction part-time working students* di Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur dan menganalisis apakah *work-life balance* dan *job embeddedness* berpengaruh terhadap *job satisfaction part-time working students* di Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

METODE

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif, waktu penelitian yang dilaksanakan pada tahun 2023 yang merupakan waktu pelaksanaan seluruh proses penelitian mulai persiapan hingga pelaporan akhir terhadap hasil penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur yang berlokasi di JL. Ir. H. Juanda No. 15, Sidodadi, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Populasi penelitian yaitu keseluruhan mahasiswa manajemen di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 140 manajemen di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

(Ferdinand, 2014) Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling*, yang dimana jumlah indikator terdapat 14 dikalikan 10 = 140 dengan demikian jumlah sampel yang digunakan 140 mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F (Sugiyono, 2017).

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Validitas r Tabel	Reabilitas CA
Work-Life Balance	X1.1	0,385	0,361	0,826
	X1.2	0,583	0,361	
	X1.3	0,527	0,361	
	X1.4	0,499	0,361	
	X1.5	0,733	0,361	
	X1.6	0,768	0,361	
	X1.7	0,518	0,361	
	X1.8	0,496	0,361	
	X1.9	0,585	0,361	
	X1.10	0,680	0,361	
	X1.11	0,658	0,361	
	X1.12	0,651	0,361	
	X1.13	0,385	0,361	
Job Embeddedness	X1.1	0,573	0,361	0,754
	X1.2	0,620	0,361	
	X1.3	0,662	0,361	
	X1.4	0,689	0,361	
	X1.5	0,673	0,361	
	X1.6	0,784	0,361	
Job Satisfaction	Y1.1	0,735	0,361	0,709
	Y1.2	0,614	0,361	
	Y1.3	0,683	0,361	
	Y1.4	0,786	0,361	
	Y1.5	0,586	0,361	

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil dari uji validitas pada tabel 1, item pernyataan pada tiap variabel dapat disimpulkan bahwa nilai r hasil (*Corrected Item-Total Correlation*) berada diatas dari r tabel : 0,361 ($df = n - k = 30 - 2 = 28$ dan $\alpha = 0,05$), sehingga seluruh item pernyataan dikatakan valid, sehingga dari instrumen pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil dari uji reabilitas pada tabel 1, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel lebih besar dari 0,60, yang dimana nilai dari *cronbach's alpa* semuanya dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.22428701
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.047
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil uji normalitas pada sampel kolomogrov-smirnov di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,55 > 0,05$ artinya data terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual menggunakan uji Breush Pagan Godfery (BPG), dimana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	9.738	1.483		6.568	.000	
WLB	.108	.038	.269	2.862	.005	Hampir Terjadi
JE	.130	.071	.173	1.836	.068	Tidak Ada Gejala

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji Breush Pagan Godfery dapat diketahui nilai Prob. Chib Square WLB $0.05 = 0.05$, dapat disimpulkan hampir terjadi gejala heteroskedastisitas, dan pada JB diketahui nilai Prob. Chi Square $0.68 > 0.05$, dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas

Uji Multikoleniaritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikoleniaritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	9.738	1.483		6.568	0.000		
WLB	0.108	0.038	0.269	2.862	0.005	0.697	1.434
JB	0.130	0.071	0.173	1.836	0.068	0.697	1.434

a. Dependent Variable: JS

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil uji multikoleniaritas diperoleh nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi diatas 10% atau 0,1 yang berarti dari data tidak terjadi multikoleniaritas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.738	1.483		6.568	.000
WLB	0.108	0.038	0.269	2.862	.005
JB	0.130	0.071	0.173	1.836	.068

a. Dependent Variable: JS

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji pada tabel, dengan disusun persamaan regresi linear berganda: $Y = 9.738 + 0.108 X_1 + 0.130 X_2$

1. Konstanta sebesar 9.738 menyatakan bahwa jika variabel *work-life balance* dan *job embeddedness* dianggap konstan (0), maka nilai *job satisfaction* sudah bernilai 9.738.
2. Koefisien tegresi *work-life balance* bernilai positif 0.108 memiliki arti bahwa apabila variabel *job embeddedness* konstan dan variabel *work-life balance* mengalami peningkatan satu satuan maka *job satisfaction* mengalami kenaikan sebesar 0.108 satuan.
3. Koefisien regresi *job embeddedness* bernilai positif 0.130 memiliki arti bahwa variabel *work-life balance* konstan dan variabel *job embeddedness* mengalami peningkatan satu satuan maka *job satisfaction* akan mengalami kenaikan sebesar 0.130 satuan.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil uji t seperti ditunjukkan pada tabel

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)		6.568	.000
WLB	0.269	2.862	.005
JE	0.173	1.836	.068

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas :

1. Berdasarkan perhitungan *degree of freedom*, $df = n - k - 1 = 140 - 2 - 1 = 137$, maka nilai t dengan taraf signifikansi 0.10 adalah sebesar 1.287 dengan nilai signifikansi adalah $0.05 < 0.10$ dari nilai t hitung $2.862 > t$ tabel 1.287 sehingga H1 diterima dan berarti *Work-Life Balance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Job Satisfaction Part-Time Working Students* di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
2. Berdasarkan perhitungan *degree of freedom*, $df = n - k - 1 = 140 - 2 - 1 = 137$, maka nilai t dengan taraf signifikansi 0.10 adalah sebesar 1.287. dengan nilai signifikansi adalah $0.68 < 0.10$ dari nilai t hitung $1.836 > 1.287$ sehingga H2 diterima dan berarti *Job Embeddedness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Job Satisfaction Part-Time Working Students* di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Uji F (Kelayakan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independent terhadap variabele dependen, untuk menunjukkan indikator kelayakan model regresi yang usulkan,

Tabel 7. Output Statistik Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	37.827	2	18.914	12.437	.000 ^b
Residual	208.344	137	1.521		
Total	246.171	139			

a. Dependent Variable: JS

b. Predictors: (Constant), JB, WLB

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil uji diperoleh nilai *t* hitung (12.437) dengan *t* tabel (3.06) dengan signifikansi $0.000 < 0.05$, artinya dapat disimpulkan bahwa *work-life balance* dan *job embeddedness* berpengaruh terhadap *job satisfaction*.

Pembahasan

Dalam rangkaian uji diatas, kita dapat melihat beberapa hubungan antara variabel *work-life balance* (X1) dan *job embeddedness* (X2) terhadap *job satisfaction* (Y) *Part-Time Working Students* di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dipembahasan dibawah ini.

Ada pengaruh yang signifikan *work-life balance* terhadap *job satisfaction part-time working students* di universitas muhammadiyah kalimantan timur adalah $0.000 < 0.10$ dari nilai *t* hitung $2.862 > t$ tabel 1.287

Ada pengaruh yang signifikan *job embeddedness* terhadap *job satisfaction part-time working students* di universitas muhammadiyah kalimantan timur adalah $0.000 < 0.10$ dari nilai *t* hitung $1.836 > 1.287$

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan dapat disimpulkan :

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *work-life balance* terhadap *job satisfaction part-time working students* di universitas muhammadiyah kalimantan timur

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *job embeddedness* terhadap *job satisfaction part-time working students* di universitas muhammadiyah kalimantan timur

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *work-life balance* dan *job embeddedness* secara bersama-sama terhadap *job satisfaction part-time working students* di universitas muhammadiyah kalimantan timur

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, P., & Priyambodo, A. (2021). Peran Work-Life Balance Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Wfh. *Buku Abstrak Seminar Nasional*, 19(April), 340–349.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen, pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Univ. Diponegoro Press , 2014.
- Mitchell, T.R., dan Lee, T. W. (2011). The Unfolding Model of Voluntary Turnover and Job Embeddedness: Foundations for a Comprehensive Theory of Attachment. *Research in Organizational Behavior*.
- Nasional, U. S. P. (1982). Introduction and Aim of the Study. *Acta Pædiatrica*, 71, 6–6. <https://doi.org/10.1111/j.1651-2227.1982.tb08455.x>
- Nurul Husna Hasan, M. M. (2023). The influence of Islamic emotional intelligence and work-life balance on organizational commitment mediated by burnout. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293), 5(1), 01–10. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v5i1.395>
- Rahayu, M. S., & Rushadiyah, R. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Karyawan SMK Kartini. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 11(2), 136–145. <https://doi.org/10.52643/jam.v11i2.1880>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, DAN R&D*. CV ALFABETA.
- Terence Mitchell, Brooks C. Holtom, Thomas Lee, C. J. S. (2001). Why People Stay: Using Job Embeddedness To Predict Voluntary Turnover. *Jurnal Akademi Manajemen*, 44, 1102–1121.
- Thomas WH Ng, D. C. F. (2006). Organizational Embeddedness and Occupational Embeddedness Across Career Stages. *Journal of Vocational Behavior*.
- Vyas, A., & Shrivastava, D. (2017). Factors Affecting Work Life Balance - A Review. *Pacific Business*

Review International, 9(7), 194–200.

Wardani, L. M. I., & Firmansyah, R. (2019). The Work-Life Balance of Blue-Collar Workers: the Role of Employee Engagement and Burnout.

Jurnal Psikologi Ulayat, 6, 227–241. <https://doi.org/10.24854/jpu02019-238>

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsbisnis@gmail.com

Analisis Pengaruh GPM dan Ukuran Perusahaan terhadap DER pada PT Ratu Prabu Energi Tbk.

Fardilah^{1*}, Nurhayati²

¹Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
fardilah.stiebima19@gmail.com^{1*}, nurhayati.stiebima@gmail.com²

Received 31 Juli 2023 | Revised 20 September 2023 | Accepted 21 September 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara GPM dan ukuran perusahaan terhadap DER pada PT Ratu Prabu Energi, Tbk. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 18 tahun dengan jumlah sampel sebanyak 9 tahun dan teknik pengambilan sampel menggunakan cara *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial GPM tidak berpengaruh signifikan terhadap DER dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap DER. Sedangkan secara simultan GPM dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap DER pada PT Ratu Prabu Energi, Tbk.

Keywords: GPM; Ukuran Perusahaan; DER

Abstract

This study aims to determine the effect of GPM and company size on DER at PT Ratu Prabu Energi, Tbk. The type of research used in this research is associative research with a quantitative approach. The population in this study was 18 years old with a total sample of 9 years and the sampling technique used purposive sampling. The data analysis technique used is the classical assumption test, multiple linear regression test, correlation coefficient test, determination coefficient test, t test and F test. Based on the results in this study it shows that partially GPM has no significant effect on DER and firm size has no significant effect against DERs. While simultaneously GPM and company size have no significant effect on DER at PT Ratu Prabu Energi, Tbk.

Keywords: GPM; Company Size; DER

PENDAHULUAN

Perekonomian di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, kondisi ini dapat diketahui dari banyaknya perusahaan yang tumbuh dan berkembang disetiap tahunnya (Purnasari *et al.*, 2020). Salah satu faktor yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk dapat tumbuh dan berkembang adalah modal. Modal merupakan instrument yang sangat penting untuk mendanai kegiatan perusahaan dan mendukung keberlangsungan suatu perusahaan. Modal suatu perusahaan terdiri dari dua sumber yaitu modal sendiri (equity) dan hutang (debt) baik hutang jangka pendek maupun jangka panjang (Muslimah *et al.*, 2020). Modal memiliki keterkaitan dengan struktur modal.

Struktur modal merupakan masalah yang penting bagi suatu perusahaan, karena baik buruknya struktur modal akan berpengaruh langsung terhadap keuangan perusahaan (Feliks & Kristianto, 2020). Baik buruknya struktur modal dapat mempengaruhi para investor ketika akan menanamkan modalnya didalam suatu perusahaan. Menurut Bhawa & Dewi, (2015) struktur modal yang baik dapat diartikan sebagai struktur modal yang dapat meminimalkan biaya penggunaan modal keseluruhan atau biaya modal rata-rata sehingga memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Chasanah & Satrio, (2017) pemilihan struktur modal yang dilakukan oleh perusahaan, selain dipengaruhi oleh besar kecilnya biaya hutang atau modal sendiri, ada faktor lain yang secara umum dapat mempengaruhi sumber pendanaan, diantaranya seperti ukuran perusahaan, penjualan, struktur aset, pertumbuhan perusahaan, *profitabilitas*, pajak, sikap manajemen, *leverage*, *likuiditas*, sikap pemberi pinjaman dan *fleksibilitas* perusahaan. Untuk mengukur struktur modal suatu perusahaan dapat menggunakan rasio, salah satu rasio yang sering digunakan adalah *debt to equity ratio*.

Debt to equity ratio digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban membayar utangnya dengan jaminan modal sendiri dan juga digunakan untuk mengukur keseimbangan antara kewajiban yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri (Fitria & Yuniati, 2020). Menurut Hery, (2018) *debt to equity ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. *Debt to equity ratio* berguna untuk mengetahui besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditor dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Dalam menentukan *debt to equity ratio*, maka perusahaan perlu memperhitungkan adanya berbagai faktor yang mempengaruhi *debt to equity ratio*. Faktor-faktor yang mempengaruhi *debt to equity ratio* antara lain dengan melihat *gross profit margin* dan ukuran perusahaan.

Gross profit margin merupakan gambaran persentase laba kotor yang dihasilkan oleh setiap pendapatan perusahaan, sehingga semakin tinggi *gross profit margin* semakin baik pula operasional perusahaan (Feliks & Kristianto, 2020). *Gross profit margin* diukur dengan membagikan laba kotor dengan penjualan sehingga memperoleh laba untuk setiap rupiah penjualan (Neni & Tampubolon, 2019).

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara yaitu dengan total asset, log size, jumlah penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain (Nuridah *et al.*, 2023). Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu usaha maupun perusahaan yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Dimana semakin besar ukuran suatu perusahaannya maka perusahaan juga semakin mudah untuk memperoleh pendanaan dari pihak internal maupun eksternal (Lubis & Ginting, 2023).

PT Ratu Prabu Energi Tbk didirikan pada tanggal 31 maret 1993. Sejak pertama kali berdiri perusahaan telah mengalami pergantian nama dari PT Arona Binasejati menjadi PT Ratu Prabu Energi Tbk sampai sekarang. Perubahan nama tersebut dilakukan melalui manajemen baru pada tahun 2008. Sekaligus untuk menandai perubahan ini, usaha yang semula bergerak dibidang wooden furniture yaitu industri perabotan dan kelengkapan rumah tangga berbahan dasar kayu, bambu dan rotan berganti menjadi bidang energi minyak dan gas sebagai bahan utamanya. PT Ratu Prabu Energi Tbk mulai listing di BEI pada tahun 2003 sampai sekarang dengan kode saham ARTI pada tabel1.

Tabel 1. Perkembangan Ekuitas PT Ratu Prabu Energi Tbk. Tahun 2013-2021 (Dalam Rupiah)

Tahun	Laba Bruto	Total Aset	Total Hutang	Total Ekuitas
2013	Rp 270.596.651.876	Rp 1.577.432.306.840	Rp 649.516.279.440	Rp 927.916.027.400
2014	Rp 193.110.837.581	Rp 1.773.670.967.651	Rp 806.258.485.963	Rp 967.412.481.687
2015	Rp 114.468.522.015	Rp 2.449.292.815.368	Rp 763.271.737.857	Rp 1.686.021.077.511
2016	Rp 101.641.610.306	Rp 2.616.795.546.996	Rp 885.646.642.382	Rp 1.731.148.904.614
2017	Rp 147.156.562.997	Rp 2.506.049.820.550	Rp 746.890.738.650	Rp 1.760.159.081.900
2018	Rp 160.941.480.772	Rp 2.722.592.932.406	Rp 929.569.852.431	Rp 1.793.023.079.975
2019	Rp 6.778.818.228	Rp 1.785.484.025.750	Rp 984.445.211.973	Rp 801.038.813.777
2020	Rp (21.025.595.132)	Rp 1.044.559.043.541	Rp 1.008.746.103.329	Rp 35.812.940.212
2021	Rp (22.683.882.897)	Rp 643.764.915.310	Rp 742.134.731.975	Rp (98.369.816.665)

Sumber data: www.idnfinancials.com

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat diketahui laba bruto selama 9 tahun terakhir mengalami penurunan di tahun 2014 sampai di tahun 2016, penurunan yang signifikan di tahun 2019 yang dikarenakan laba bruto yang tidak stabil. Masalah selanjutnya bila ditinjau dari total aset PT Ratu Prabu Energi Tbk dapat diketahui mengalami penurunan di tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 hal ini menunjukkan perusahaan tidak dapat mempertahankan atau memaksimalkan tingkat kenaikan total aset yang didapatkan perusahaan dari tahun-tahun sebelumnya. Kemudian bila ditinjau dari total hutang dapat diketahui mengalami kenaikan yang signifikan di tahun 2020 dikarenakan total hutang yang tidak stabil. Dan bila ditinjau dari total ekuitas dapat diketahui mengalami penurunan ditiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2019 sampai tahun 2021, penurunan yang signifikan terjadi di tahun 2021 hal ini disebabkan nilai liabilitas lebih besar daripada nilai asetnya.

Penelitian ini bertujuan untuk “Analisis Pengaruh GPM dan Ukuran Perusahaan terhadap DER pada PT Ratu Prabu Energi Tbk”.

Pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) terhadap *Debt to Equity Ratio* (DER)

Perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi cenderung memiliki hutang yang relatif kecil. Perusahaan dengan pengembalian yang cukup tinggi atas investasi, menggunakan hutang yang relatif kecil. Hal tersebut disebabkan perusahaan dengan keuntungan yang besar memiliki sejumlah dana dan laba ditahan yang besar pula. Perusahaan tersebut cenderung menggunakan laba ditahan yang besar dibanding menambah hutang untuk mengurangi tingkat resiko. Besarnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan pendanaan dari luar atau tidak, bisa juga mempengaruhi keputusan manajemen dalam menggunakan dana untuk operasionalnya. Dana yang diperoleh akan mempengaruhi besarnya hutang ataupun modal dari eksternal perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya (Julita, 2019). Penelitian terkait pengaruh *gross profit margin* terhadap *debt to equity ratio* pernah dilakukan oleh Feliks & Kristianto, (2020) dan Purnasari *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa *gross profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*. Penelitian lain juga menyatakan bahwa variabel *gross profit margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio* (Julita, 2019).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Debt to Equity Ratio* (DER)

Perusahaan yang tumbuh dengan pesat harus lebih banyak mengandalkan modal eksternal. Biaya pengembangan untuk penjualan saham biasa lebih besar daripada biaya untuk penerbitan surat hutang yang mendorong perusahaan untuk lebih banyak mengandalkan hutang. Perusahaan yang lebih besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhannya dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Hal ini akan mempermudah perusahaan dengan ukuran lebih besar untuk memperoleh pinjaman atau dana eksternal (Damayanti & Dana, 2017). Penelitian terkait ukuran perusahaan terhadap *debt to equity ratio* pernah dilakukan oleh Nuridah *et al.*, (2023) dan Fajrida & Purba, (2020) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *debt to equity ratio*. Penelitian lain terkait ukuran perusahaan terhadap *debt to equity ratio* pernah dilakukan oleh Muslimah *et al.*, (2020), dan Chasanah & Satrio, (2017) menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*.

Pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) dan Ukuran Perusahaan terhadap *Debt to Equity Ratio* (DER)

Debt to equity ratio berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang. Semakin besar *debt to equity ratio* akan semakin baik, jika *debt to equity ratio* rendah maka semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik perusahaan dan semakin besar pula

batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva (Kasmir, 2019). Penelitian ini pernah dilakukan oleh Purnasari *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa secara simultan ukuran perusahaan dan *gross profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*.

Hipotesis

- H1 : *Gross profit margin* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*.
 H2 : Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*.
 H3 : *Gross profit margin* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang mempunyai hubungan sebab akibat terhadap variabel lainnya (Sugiyono, 2017). Instrumen penelitian yang digunakan yaitu daftar tabel berupa laporan keuangan dalam bentuk neraca dan laporan laba rugi pada PT Ratu Prabu Energi Tbk periode tahun 2013-2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan selama 18 tahun listing di BEI dari tahun 2003 sampai 2021 dengan jumlah sampel laporan keuangan 9 tahun 2013-2021 yang diambil menggunakan cara *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan pada kriteria tertentu, dengan kriteria data yang lengkap, terupdate dan yang sudah di audit.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi pustaka dan dokumentasi. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca dan laporan laba rugi yang diperoleh dari website situs www.idnfinancials.com dengan cara didownload. Analisis data yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah: 1) Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, 2) Uji regresi linear berganda, 3) Uji koefisien korelasi dan determinasi, 4) Uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji F.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

**Tabel 2. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		9
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.94804565
Most Extreme Differences	Absolute	.228
	Positive	.228
	Negative	-.095
Test Statistic		.228
Asymp. Sig. (2-tailed)		.194 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,194 > 0,050, artinya distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas atau dengan kata lain berdistribusi normal.



Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

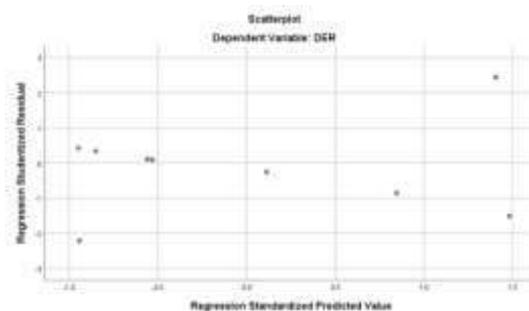
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
GPM	.236	4.238
Ukuran Perusahaan	.236	4.238

a. Dependent Variable: DER

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 3 di atas, diperoleh nilai *tolerance* variabel *gross profit margin* dan ukuran perusahaan adalah sebesar $0,236 > 0,100$ dan nilai VIF variabel *gross profit margin* dan ukuran perusahaan adalah sebesar $4.238 < 10,00$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Scatterplot

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan gambar 2 diatas, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji scatterplot dimana titik-titik menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 ^a	.355	.139	9.17761	1.927

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, GPM

b. Dependent Variable: DER

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat nilai dw sebesar 1,927 sehingga diketahui nilai dU sebesar 1,699 dan nilai 4-dU adalah sebesar 2,301. Peneliti menggunakan uji Durbin Watson (DW) dengan menggunakan kriteria $dU < DW < (4-dU)$ dan diperoleh hasil $1,699 < 1,927 < 2,301$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil tersebut tidak mengalami autokorelasi sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	690.461	388.928	
	GPM	8.154	4.671	1.179
	Ukuran Perusahaan	-24.364	13.782	-1.194

a. Dependent Variable: DER

Berdasarkan tabel 5 diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda:

$Y = 690.461 + 8.154 X_1 - 24.364 X_2$. Interpretasi dari persamaan ini:

1. Nilai konstanta a = 690.461 menjelaskan jika *gross profit margin* dan ukuran perusahaan konstan atau memiliki nilai nol (0) maka *debt to equity ratio* pada PT Ratu Prabu Energi Tbk naik sebesar 690.461.
2. Koefisien regresi untuk variabel *gross profit margin* adalah sebesar 8.154 artinya jika *gross profit margin* naik sebesar 1% maka *debt to equity ratio* naik sebesar 8.154 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat hubungan positif (searah) antara *gross profit margin* dengan *debt to equity ratio*.
3. Koefisien regresi untuk variabel ukuran perusahaan adalah sebesar -24.364 artinya jika ukuran perusahaan naik sebesar 1% dimana *gross profit margin* nilainya tidak berubah atau konstan maka akan menyebabkan *debt to equity ratio* menurun sebesar 24.364. Koefisien regresi bernilai negatif artinya terdapat hubungan negatif (berlawanan arah) antara ukuran perusahaan dengan *debt to equity ratio*.

Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 6. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 ^a	.355	.139	9.17761	1.927

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, GPM

b. Dependent Variable: DER

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan 6 tabel diatas dapat diperoleh nilai koefisien korelasi atau R adalah 0,595 yang artinya tingkat keeratan suatu hubungan antara *gross profit margin* dan ukuran perusahaan terhadap *debt to equity ratio* sedang yaitu sebesar 0,595.

Adapun determinasi variabel bebas ditunjukkan hasil dari R Square (R^2) yaitu sebesar 0,355. Artinya pengaruh *gross profit margin* dan ukuran perusahaan terhadap *debt to equity ratio* pada PT Ratu Prabu Energi Tbk sebesar 35,5% sedangkan sisanya 64,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji t (uji parsial)

Tabel 7. Uji t (uji parsial)
Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients		
	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1.775	.126
	GPM	1.746	.131
	Ukuran Perusahaan	-1.768	.128

a. Dependent Variable: DER

Sumber: Output SPSS versi 25

Pengujian hipotesis pertama (H_1)

Berdasarkan tabel 7 di atas diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel *gross profit margin* sebesar 1,746 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,447 ($1,746 < 2,447$). Dan nilai signifikan variabel *gross profit margin* sebesar $0,131 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *gross profit margin* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio* atau **H_1 ditolak**. Dengan adanya penurunan dan meningkatnya laba kotor dan penjualan tidak akan berpengaruh secara langsung penurunan atau peningkatan utang maupun modal perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Julita,

2019) yang menyatakan bahwa *gross profit margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*.

Pengujian hipotesis kedua (H_2)

Ukuran perusahaan diperoleh t_{hitung} sebesar -1,768 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,447 ($-1,768 < 2,447$). Dan nilai signifikan variabel ukuran perusahaan sebesar $0,128 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio* atau **H_2 ditolak**. Disebabkan karena perusahaan yang besar mempunyai akses lebih mudah untuk ke pasar modal dibandingkan dengan perusahaan kecil yang belum tentu dapat dengan mudah memperoleh dana di pasar modal. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muslimah *et al.*, (2020) dan Chasanah & Satrio, (2017) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*.

Uji F (uji simultan)

Tabel 8. ANOVA^a
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	277.565	2	138.783	1.648	.269 ^b
	Residual	505.371	6	84.229		
	Total	782.937	8			

a. Dependent Variable: DER

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, GPM

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 1,648 dengan nilai F_{tabel} sebesar 4,74 ($1,648 < 4,74$). Dan nilai signifikan sebesar $0,269 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *gross profit margin* dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio* atau **H_3 ditolak**. Penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnasari *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa secara simultan *gross profit margin* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio*. Artinya perubahan nilai *gross profit margin* dan ukuran perusahaan secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai *debt to equity ratio*.

SIMPULAN

Hasil dari penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Gross profit margin* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio* pada PT Ratu Prabu Energi, Tbk.
2. Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio* pada PT Ratu Prabu Energi, Tbk.
3. *Gross profit margin* dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *debt to equity ratio* pada PT Ratu Prabu Energi, Tbk.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhawa, I. B. M. D., & Dewi, M. R. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Perusahaan Farmasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1949–1966.
- Chasanah, N. W. S., & Satrio, B. (2017). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan transportasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(7), 1–17.
- Damayanti, N. P. D., & Dana, I. M. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Risiko

- Bisnis Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5775–5803.
- Fajrida, S., & Purba, N. M. B. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Aset terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 8(1), 627–636.
- Feliks, N., & Kristianto, P. L. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Struktur Aktiva terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017. *Equilibrium Jurnal Bisnis & Akutansi*, XIV(1), 83–96.
- Fitria, E., & Yuniati, T. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Aktivitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Hery. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Julita. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Tingkat Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Pada PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.*, 1–21.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: Rajawali pers.
- Lubis, A. R., & Ginting, N. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2019. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(2), 1189–1198.
- Muslimah, D. N., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(1), 195–200. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i1.821>
- Neni, L., & Tampubolon, M. N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Penjualan Terhadap Gross Profit Margin Pada PT Perkebunan Nusantara Iii (Persero). *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)*, 08(01), 65–75.
- Nuridah, S., Supratiningsih, J. D., Indah, M., Jaya, B., Bks, K., & Size, C. (2023). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan ritel. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(1), 155–169.
- Purnasari, N., Simanjuntak, A., Sultana, A., Manik, L. M., & Halawa, S. R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, GPM, Risiko Bisnis terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 640–647. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.309>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: alfabeta.

Jurnal Disrupsi Bisnis



PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>
jurnaldisrupsibisnis@gmail.com

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil

Chris Hansen^{1*}, Asron Saputra²

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam
pb190910365@upbatam.ac.id^{1*}; asron2805@gmail.com²

Received 10 Juli 2023 | Revised 20 Juli 2023 | Accepted 26 Juli 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil. Penelitian ini merupakan jenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang akan digunakan adalah konsumen PT Pionir Auto Mobil yang jumlahnya sebanyak 355 orang, hal ini berdasarkan data penjualan pada tahun 2022. Teknik penentuan besar sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dengan hasil perhitungan sebanyak 188 responden yang berdasarkan dengan pendekatan *simple random sampling*. Data dianalisis menggunakan model regresi linier berganda, dan SPSS digunakan sebagai pengolahan data untuk menguji uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Analisis regresi linier berganda dapat menjelaskan bahwa keragaman produk dapat memberikan peningkatan kepada keputusan pembelian sebesar 21,6%. Kualitas produk dapat memberikan peningkatan kepada keputusan pembelian sebesar 30,8%. Promosi dapat memberikan peningkatan kepada keputusan pembelian sebesar 29,1%. Analisis koefisien determinasi (R^2) mengatakan bahwa keragaman produk, kualitas produk dan promosi dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 73,5%. Temuan penelitian ini pada uji hipotesis menyiratkan bahwa keragaman produk, kualitas produk dan promosi secara parsial maupun secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil.

Keywords: Keputusan Pembelian; Keragaman Produk; Kualitas Produk; Promosi.

Abstract

This study aims to analyze the effect of product diversity, product quality, and promotion on purchasing decisions for Hyundai cars at PT Pionir Auto Mobil. This research was conducted using a descriptive type with a quantitative approach as the research method. The population to be used is PT Pionir Auto Mobil's consumers, with a total of 355 people, this is based on sales data in 2022. The technique for determining the sample size in this study uses the slovin formula with a calculation result of 188 respondents based on a simple random sampling approach. Data were analyzed using multiple linear regression models, and SPSS was used as data processing to test data quality tests, classical assumption tests, effect tests and hypothesis testing. Multiple linear regression analysis can explain that product diversity can increase purchasing decisions by 21.6%. Product quality can provide an increase in purchasing decisions by 30.8%. Promotion can provide an increase in purchasing decisions by 29.1%. Analysis of the coefficient of determination (R^2) says that product variety, product quality and promotion can explain purchasing decisions by 73.5%. The findings of this study in hypothesis testing imply that product variety, product quality and promotion partially or simultaneously can have a positive and significant effect on decision to buy a Hyundai car at PT Pionir Auto Mobil.

Keywords: Purchase Decision; Product Diversity; Product quality; Promotion.

PENDAHULUAN

Saat ini memiliki akses ke moda transportasi yang andal adalah salah satu persyaratan yang paling penting. Mayoritas masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi pribadi daripada mengandalkan transportasi angkutan umum. Bisnis mobil adalah salah satu yang saat ini mengalami ekspansi yang signifikan di dunia saat ini. Perkembangan industri ini didukung oleh perluasan infrastruktur jalan, serta peningkatan pendapatan masyarakat, membuat kendaraan tidak lagi hanya untuk kalangan menengah ke atas. Produsen mobil menyadari fakta ini sebagai peluang yang mereka manfaatkan dengan meluncurkan berbagai jenis dan merek di Indonesia.

Keragaman produk mengacu pada ketersediaan berbagai macam produk, dimulai dengan sejumlah besar pilihan yang dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan individu. Keragaman produk juga disebut sebagai bermacam-macam produk, yang mengacu pada akumulasi semua produk dan hal-hal yang tersedia untuk dibeli oleh vendor tertentu (Hardian, 2021:98). Keragaman produk mengacu pada ketersediaan berbagai macam produk, yang masing-masing dapat dibeli oleh pelanggan, memenuhi preferensi dan keinginan mereka, dan dapat dibeli dalam jumlah besar. Keragaman produk juga mengacu pada ketersediaan produk yang dapat dibeli oleh pelanggan dan kemudian dimiliki oleh mereka (Yolandia, 2022:559). Keragaman produk mengacu pada berbagai layanan dan barang yang berbeda yang disediakan untuk pelanggan oleh vendor yang berbeda. Tingkat keragaman kategori dapat diukur dengan jumlah unit penyimpanan stok, atau SKU. Perusahaan yang menawarkan beragam pilihan produk dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang sering mengunjungi toko mereka dan melakukan pembelian (Faradila *et al.*, 2022:258).

Berdasarkan pengetahuan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa keragaman produk mengacu keseluruhan barang, dimulai dengan model, ukuran, dan kualitasnya, serta ketersediaan barang-barang tersebut secara terus-menerus. Ini juga mengacu pada berbagai produk yang tersedia. Semakin tinggi jumlah dan keragaman barang yang ditawarkan untuk dijual di tempat tertentu, semakin besar kemungkinan pelanggan akan senang dengan pembelian dan pengembaliannya di masa mendatang. Menurut Kusuma *et al.* (2021) keragaman produk dapat terdiri dari indikator (1) Ukuran produk, (2) Jenis produk, (3) Bahan produk, (4) Desain produk, (5) Kualitas produk.

Pada permasalahan keragaman produk PT Pionir Auto Mobil pada penjualan mobil Hyundai didapatkan bahwa PT Pionir Auto Mobil hanya menjual beberapa tipe mobil saja, hal ini tentu saja jadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Adapun data yang diperoleh terkait dengan perbandingan keragaman produk mobil Hyundai dengan produk pesaing sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 1 Keragaman Produk Mobil Hyundai Dan Produk Pesaing

No	Hyundai	Honda
1	Stargazer (BRV)	New Accord
2	Creta (HRV)	All New Civic
3	Santa FE (HRV)	All New City
4	Ioniq 5 (EV)	New CRV
5	Palisade	All New HR-V
6	Staria	All New BR-V
7		Mobilio
8		Brio Satya
9	-	Brio RS
10		City Hatchback
11		WR-V

Sumber: PT Pionir Auto Mobil (2023)

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa keragaman produk mobil Hyundai yang dijual pada PT Pionir Auto Mobil belum sepenuhnya memberikan keragaman produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, hal ini dikarenakan Hyundai hanya menjual mobil dengan jenis tertentu seperti

SUV, MPV dan *Large SUV*, berbanding terbalik dengan pesaingnya yang mampu menjual berbagai jenis mobil yang diantaranya Sedan, LCGC, *City Car*, *Small SUV*, SUV, *Large SUV*, MPV dan *Low MPV*. Oleh karena itu, penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa masih banyak konsumen yang mengeluh terhadap keragaman produk Hyundai yang dijual PT Pionir Auto Mobil dikarenakan produk yang dijual hanya dengan jenis tertentu saja yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kualitas produk dapat merujuk sebagai pengukuran dengan seberapa baik mereka memenuhi persyaratan pembeli. Selain fungsionalitas produk dan nilai yang diberikannya kepada pembeli, kualitas produk diukur dengan seberapa baik produk tersebut memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka dengan harga jualnya (Juniyanti & Saputra, 2022). Kualitas produk merupakan penjelasan dengan sejauh mana pada suatu produk atau jasa mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Ini berarti bahwa kualitas produk tidak hanya terkait dengan kondisi fisik dan fungsionalitas produk, tetapi juga meliputi kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih luas (Setyani & Gunadi, 2020:94). Kualitas suatu produk atau jasa ditentukan oleh keseluruhan sifat dan kualitasnya yang berkaitan dengan kapasitas produk untuk memenuhi tujuan yang dimaksudkan. Hal ini menunjukkan bahwa kita harus dapat mengenali kualitas dan atribut produk yang berhubungan dengan kualitas, setelah itu kita harus menyusun pedoman dasar dan metode pengendalian (Aghitsni & Busyra, 2022:41).

Berdasarkan pengetahuan sebelumnya, dapat menyimpulkan bahwa kualitas produk merujuk pada kemampuan suatu produk untuk memenuhi persyaratan dan harapan pasar sarasannya. Tuntutan pelanggan ini mencakup umur panjang produk, ketergantungan, kesederhanaan penggunaan, dan karakteristik berharga lainnya yang tidak rusak dan bebas dari cacat. Menurut Siregar (2022:102) indikator pada variabel kualitas produk dapat terdiri (1) Kinerja, (2) Kesesuaian dengan spesifikasi, (3) Daya tahan, (4) Keandalan, (5) Kualitas yang di persepsikan.

Permasalahan berikutnya terkait dengan kualitas produk dimana berdasarkan wawancara dan observasi dapat diperoleh bahwa terdapat jenis keluhan terhadap kualitas produk pada tahun 2022 bulan Januari sampai dengan bulan Desember yang dapat mencapai 4 hingga 30 konsumen yang mengeluhkan terhadap kualitas produk yang diberikan. Dalam hal ini konsumen menilai kualitas produk mobil Hyundai yang dijual PT Pionir Auto Mobil belum sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen dikarenakan produk yang dijual masih terdapat jenis kerusakan yang sering terjadi, sehingga konsumen diharuskan untuk kembali ke PT Pionir Auto Mobil untuk memperbaiki mobil tersebut. Dimana hal tersebut sangat mempengaruhi keputusan pembelian, oleh karena itu, PT Pionir Auto Mobil diharapkan untuk dapat memeriksa kembali produk mobil dengan rinci disetiap komponen mobil sebelum produk sampai kepada konsumen, agar permasalahan yang sama tidak terjadi kembali.

Promosi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh pemasar atau perusahaan yang ditujukan dalam untuk berkomunikasi atau dalam memberikan informasi tentang manfaat produk atau jasa kepada calon klien dengan maksud membujuk mereka untuk membeli produk atau layanan yang dimaksud dan mencapai target penjualan (Wilianna & Saputra, 2021). Promosi mengacu sebagai penyebaran informasi, pengaruh pasar sasaran, dan kemampuan untuk mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang diberikan oleh pemasar atau perusahaan terkait, yaitu semacam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemasar atau perusahaan (Febrizal & Saputra, 2022). Promosi adalah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk menjelaskan produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Tujuan promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa, dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian (Iwan & Saputra, 2020:19).

Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah sarana dimana bisnis dapat meningkatkan tingkat kesadaran konsumen, menyebarkan informasi, dan memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung pada pembeli produk atau layanan yang diberikan, semua dengan maksud meningkatkan kemungkinan konsumen akan antusias membeli barang yang dijual. Menurut Fernando

& Simbolon (2022:114) promosi dapat terdiri dari indikator (1) Periklanan, (2) Pemasaran langsung, (3) Promosi penjualan, (4) Penjualan Pribadi, (5) Hubungan publik.

Permasalahan berikutnya terkait dengan promosi dimana berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan didapatkan bahwa PT Pionir Auto Mobil telah melakukan berbagai promosi selama bulan maret tahun 2023 dalam menjual produk mobil Hyundai, akan tetapi promosi yang diberikan terdapat kekurangan dimana promosi yang diterapkan PT Pionir Auto Mobil terlalu singkat dikarenakan promosi yang dilakukan hanya pada periode tertentu saja, kemudian promosi yang dilakukan PT Pionir Auto Mobil hanya diterapkan pada jenis mobil tertentu saja, seperti halnya pada jenis promosi *cashback* hanya diperuntukkan untuk jenis mobil Hyundai Creta dan Hyundai Stargazer, kemudian pada jenis promosi *free maintenance* berkala tidak diperuntukkan pada mobil Hyundai Palisade. Oleh karena itu, promosi yang diberikan dapat dikatakan belum sepenuhnya menarik, maka dari itu PT Pionir Auto Mobil diharapkan agar dapat memberikan promosi yang dapat lebih menarik agar keputusan pembelian konsumen dapat meningkat.

Keputusan pembelian merupakan sebagai suatu tahapan dengan dapat yang dilalui oleh pelanggan sebelum memutuskan apakah akan membeli produk yang ditawarkan atau tidak. Seorang konsumen akan melalui proses pengambilan keputusan pembelian sebelum menetapkan pilihan mengenai suatu produk tertentu (Iwan & Saputra, 2020:19). Keputusan pembelian sebagai proses perilaku memilih satu solusi di antara banyak kemungkinan tindakan untuk mengatasi suatu masalah. Proses emosional yang dilalui seseorang untuk membeli, memilih, dan menggunakan produk dan layanan untuk memuaskan keinginan sebagai proses dari keputusan pembelian (Aghitsni & Busyra, 2022:42). Keputusan pembelian mengacu pada aktivitas apa pun yang terkait dengan akuisisi dan evaluasi barang dan jasa, serta proses pengambilan keputusan terkait dan selanjutnya. Ini termasuk tindakan memperoleh dan menentukan produk dan layanan (Hardian, 2021:98).

Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan pada keputusan pembelian mengacu pada contoh perilaku konsumen yang dimulai dengan tindakan stimulus dan dipengaruhi oleh berbagai variabel, antara lain harga, ketersediaan, dan keinginan produk dari berbagai faktor. Menurut Sembiring & Sunargo (2022:120) keputusan pembelian dapat terdiri dari indikator (1) Pengenalan masalah dan keinginan, (2) Pencarian berbagai informasi, (3) Evaluasi berbagai alternatif merek produk, (4) Pilihan atas merek produk untuk dibeli, (5) Evaluasi pasca pembelian.

Permasalahan yang terkait dengan keputusan pembelian berdasarkan dengan hasil wawancara dan observasi didapatkan bahwa keputusan pembelian mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil masih tergolong rendah dikarenakan permasalahan yang berkaitan dengan keragaman produk, kualitas produk dan promosi belum dapat terselesaikan oleh PT Pionir Auto Mobil secara maksimal yang membuat penjualan mobil Hyundai belum sesuai dengan harapan. Adapun data yang diperoleh terkait dengan penjualan mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil pada tahun 2022 didapatkan sebagai berikut:

Tabel 2 Jumlah Pembelian Mobil Hyundai Pada PT Pionir Auto Mobil Tahun 2022

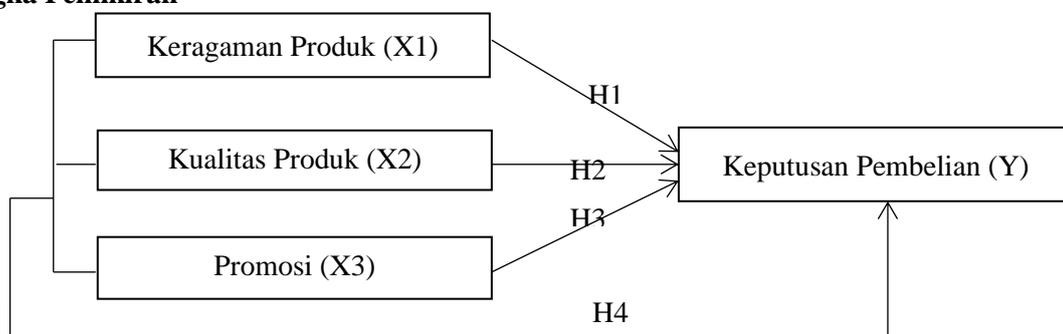
No	Bulan	Tahun	Jumlah Pembelian	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	Januari	2022	27		
2	Februari	2022	22	-5	-18.52%
3	Maret	2022	18	-4	-18.18%
4	April	2022	14	-4	-22.22%
5	Mei	2022	26	12	85.71%
6	Juni	2022	36	10	38.46%
7	Juli	2022	38	2	5.56%
8	Agustus	2022	39	1	2.63%
9	September	2022	37	-2	-5.13%
10	Oktober	2022	35	-2	-5.41%
11	November	2022	33	-2	-5.71%

12	Desember	2022	30	-3	-9.09%
----	----------	------	----	----	--------

Sumber: PT Pionir Auto Mobil (2023)

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah pembelian mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil tidak stabil serta masih banyaknya terjadi penurunan setiap bulannya, yang dimana pada bulan Februari 2022 sampai dengan April 2022 jumlah pembelian terus berkurang setiap bulannya, akan tetapi pada bulan Mei 2022 sampai dengan Agustus 2022 penjualan terjadi peningkatan kembali dan pada bulan September 2022 sampai dengan Desember 2022 penjualan terjadi penurunan kembali. Dari hal tersebut dapat dikatakan penjualan mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil belum maksimal hal ini dikarenakan permasalahan belum dapat terselesaikan yang membuat keputusan pembelian belum maksimal. Oleh karena itu, PT Pionir Auto Mobil diharapkan mampu dapat menyelesaikan permasalahan yang terkait dengan keragaman produk, kualitas produk dan promosi hal ini dilakukan agar keputusan pembelian mobil Hyundai dapat meningkat sehingga PT Pionir Auto Mobil dapat memaksimalkan penjualannya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Penelitian (2023)

Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang membuat semacam prediksi tentang temuan penelitian. Hipotesis untuk penyelidikan ini adalah:

- H1 : Keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- H2 : Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- H3 : Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- H4 : Keragaman produk, kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE

Penelitian deskriptif pada pendekatan kuantitatif ini bersifat kuantitatif dapat dijasikan sebagai metode penelitian pada kajian ini, dengan tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor seperti frekuensi, distribusi, atau hubungan. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana keragaman produk, kualitas produk dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil. Penjelasan Sugiyono (2019:17), pendekatan kuantitatif menggunakan positivisme untuk menguji hipotesis dengan cara mengumpulkan data yang valid dan reliabel dari suatu populasi atau sampel dan menganalisisnya secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistik.

Populasi sebagai keseluruhan item atau topik yang diteliti peneliti untuk membuat kesimpulan. Populasi dapat berupa orang, kelompok, organisasi, atau lokasi dengan ciri-ciri dan jumlah peneliti SSugiyono, 2019:127). Dengan terdiri 355 pelanggan PT Pionir Auto Mobil dari data penjualan tahun 2022 dapat dijadikan populasi pada studi ini. Pada penentuan pengambilan sampel dapat dengan

menggunakan *Slovin* yang menghasilkan 188 responden, yang ditarik dengan pendekatan *simple random sampling*.

Pada studi ini, tahap awal pengujian dimulai dengan melakukan evaluasi terhadap kualitas data, yang mencakup pengujian validitas dan reliabilitas. Setelah itu, dilakukan pengujian melalui uji asumsi klasik, yang terdiri dari pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian melalui uji pengaruh, yang mencakup analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Terakhir, dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 3 Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,702	0,1432	Valid
X1.2	0,721		
X1.3	0,784		
X1.4	0,734		
X1.5	0,641		
X2.1	0,587		
X2.2	0,782		
X2.3	0,720		
X2.4	0,775		
X2.5	0,600		
X3.1	0,736		
X3.2	0,652		
X3.3	0,645		
X3.4	0,677		
X3.5	0,720		
Y.1	0,601		
Y.2	0,613		
Y.3	0,656		
Y.4	0,625		
Y.5	0,662		

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 3 dengan dapat dilihat di atas, dengan dapat mengungkapkan temuan dari uji validitas pada seluruh item pernyataan pada variabel penelitian dapat diamati dengan ditemukan pada angka untuk setiap item pernyataan memiliki besaran untuk nilai r hitung yang ditemukan mampu melebihi nilai pada r tabel. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa dengan menyimpulkan dari temuan ini ialah sebagai temuan yang valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Beban Kerja (X1)	0,764	5	Reliable
Disiplin Kerja(X2)	0,734	5	Reliable
Kepuasan Kerja (X3)	0,720	5	Reliable
Kinerja Karyawan (Y)	0,618	5	Reliable

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 4 dengan dapat dilihat di atas, telah dengan dapat mengungkapkan temuan pengujian melalui uji reliabilitas untuk setiap keseluruhan pernyataan pada variabel penelitian diamati dengan melihat setiap variabel penelitian memiliki besaran dengan nilai *cronbach's alpha* yang mampu melebihi nilai yang ditentukan dengan besaran 0,60. Pada temuan ini dengan dapat memberikan bukti kuat bahwa kesimpulan yang diambil dari data penelitian ialah *reliable*. Akibatnya, data dapat mengandalkan sebagai alat ukur untuk tujuan penyelidikan ini.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		188
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.01409895
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.043
	<i>Positive</i>	.043
	<i>Negative</i>	-.034
<i>Test Statistic</i>		.043
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 5 dengan dapat dilihat di atas, dengan telah dapat mengungkapkan temuan pengujian melalui uji normalitas yang telah memperlihatkan tabel tersebut memiliki besaran nilai untuk *Asymp. Sig. (2-tailed)* dengan nilai 0,200, dengan besaran tersebut dapat melebihi nilai dari ambang signifikansi dengan besaran 0,05. Sebagai akibat langsung dari hasil ini, sampai pada kesimpulan bahwa pengujian mencerminkan bahwa data dengan hasil pengujian dengan dianggap sebagai data yang telah distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>	<i>Coefficients^a</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1 (Constant)		
Keragaman_Produk	.496	2.017
Kualitas_Produk	.401	2.496
Promosi	.416	2.401

a. *Dependent Variable:* Keputusan_Pembelian

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 6 dengan dapat dilihat di atas, hasil uji multikolinearitas dalam kaitannya dengan keseluruhan variabel independen telah memperoleh temuan bahwa setiap nilai pada *tolerance* membawa besaran dengan memberikan besaran yang melebihi dari nilai 0,10. Kemudian nilai pada *VIF* memberikan besaran nilai yang tidak dapat melebihi dari nilai 10,00. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat diambil dari data tersebut adalah tidak ada korelasi antara variabel yang dianggap sebagai variabel independen, atau dengan kata lain penelitian ini bebas dari multikolinearitas.



Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.541	.432		3.564	.000
Keragaman_Produk	-.044	.024	-.185	-1.807	.072
Kualitas_Produk	-.035	.029	-.140	-1.229	.220
Promosi	.044	.029	.166	1.485	.139

a. *Dependent Variable:* Res_2

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 7 dengan dapat dilihat di atas, menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas menemukan bahwa tabel tersebut memiliki besaran nilai untuk *Sig.* dengan nilai yang tidak dapat melebihi nilai dari ambang signifikansi dengan besaran 0,05. Sebagai akibat langsung dari hasil ini, sampai pada kesimpulan bahwa pengujian ini menunjukkan bahwa data yang telah diuji dapat dianggap sebagai data yang terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Pengaruh

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.283	.758		5.648	.000
Keragaman_Produk	.216	.042	.272	5.085	.000
Kualitas_Produk	.308	.050	.364	6.115	.000
Promosi	.291	.052	.329	5.643	.000

a. *Dependent Variable:* Keputusan_Pembelian

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 8 dengan dapat dilihat di atas, persamaan adalah: $Y = 4,283 + 0,216X_1 + 0,308X_2 + 0,291X_3$. Persamaan tersebut dapat menjelaskan dengan mencakup:

1. Nilai konstanta pada persamaan tersebut ialah 4,283, dengan dapat menyatakan bahwa nilai keputusan pembelian akan menjadi 4,283 jika nilai keragaman produk, kualitas produk dan promosi adalah 0 atau tidak ada.
2. Nilai variabel keragaman produk ialah 0,216 yang merupakan angka positif, maka dapat menyatakan bahwa peningkatan keragaman produk sebesar 1% akan memberikan kontribusi peningkatan dengan besaran 21,6% pada tingkatan keputusan pembelian.
3. Nilai variabel kualitas produk ialah 0,308 yang merupakan angka positif, maka dapat menyatakan bahwa peningkatan kualitas produk sebesar 1% akan memberikan kontribusi peningkatan dengan besaran 30,8% pada tingkatan keputusan pembelian.
4. Nilai variabel promosi ialah 0,291 yang merupakan angka positif, maka dapat menyatakan bahwa peningkatan promosi sebesar 1% akan memberikan kontribusi peningkatan dengan besaran 29,1% pada tingkatan keputusan pembelian.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	Model Summary ^b		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.739	.735	1.022

a. Predictors: (Constant), Promosi, Keragaman_Produk, Kualitas_Produk
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 9 dengan dapat dilihat di atas, menunjukkan bahwa hasil penyelidikan terhadap koefisien determinasi (R²) hal ini dapat diamati dengan melihat angka yang dihasilkan *Adjusted R Square* dengan menghasilkan persentase sebesar 73,5%. Hasil ini dengan demikian memiliki potensi untuk memberikan penjelasan bahwa, bersama dengan keragaman produk, kualitas produk dan promosi dengan menjelaskan bersamaan mencapai besarnya 73,5%, yang ditujukan kepada keputusan pembelian. Untuk temuan ini menimbulkan persentase yang menyisakan 26,5% nilai ini tidak tercantum pada studi ini melainkan nilai tersebut dimaksudkan untuk penelitian yang lain.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Tabel 10 Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
					B
1 (Constant)	4.283	.758	5.648	.000	
Keragaman_Produk	.216	.042	.272	5.085	.000
Kualitas_Produk	.308	.050	.364	6.115	.000
Promosi	.291	.052	.329	5.643	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 10 dengan dapat dilihat di atas, dapat diamati bahwa pengujian memberikan pemahaman yang disampaikan dibawah ini:

1. Keragaman produk dengan mengungkapkan besaran nilai pada t hitung ialah 5,085 nilai ini telah dapat melebihi dari nilai t tabel (1,972). Lalu, Sig. mengungkapkan besarnya nilai dengan 0,000 nilai ini dengan tidak dapat melebihi dari nilai batas signifikansi 0,05. Kesimpulan ini menyiratkan bahwa H1 dengan dapat diterima dan dikatakan bahwa keragaman produk memiliki hubungan dengan parsial yang telah memberikan pengaruh dengan positif serta dengan signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian.
2. Kualitas produk dengan mengungkapkan besaran nilai pada t hitung ialah 6,115 nilai ini telah dapat melebihi dari nilai t tabel (1,972). Lalu, Sig. mengungkapkan besarnya nilai dengan 0,000 nilai ini dengan tidak dapat melebihi dari nilai batas signifikansi 0,05. Kesimpulan ini menyiratkan bahwa H2 dengan dapat diterima dan dikatakan bahwa keragaman produk memiliki hubungan dengan parsial yang telah memberikan pengaruh dengan positif serta dengan signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian.
3. Promosi dengan mengungkapkan besaran nilai pada t hitung ialah 5,643 nilai ini telah dapat melebihi dari nilai t tabel (1,972). Lalu, Sig. mengungkapkan besarnya nilai dengan 0,000 nilai ini dengan tidak dapat melebihi dari nilai batas signifikansi 0,05. Kesimpulan ini menyiratkan bahwa H3 dengan dapat diterima dan dikatakan bahwa keragaman produk memiliki hubungan dengan



parsial yang telah memberikan pengaruh dengan positif serta dengan signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian.

Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Tabel 11 Hasil Uji f (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	544.770	3	181.590	173.743	.000 ^b
	Residual	192.310	184	1.045		
	Total	737.080	187			

a. *Dependent Variable:* Keputusan_Pembelian

b. *Predictors:* (Constant), Promosi, Keragaman_Produk, Kualitas_Produk

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang ditemukan pada tabel 11 dengan dapat dilihat di atas, dapat diamati bahwa pengujian memberikan pemahaman dengan mengungkapkan besaran nilai pada f hitung ialah 173,743 nilai ini telah dapat melebihi dari nilai f tabel (2,65). Lalu, *Sig.* mengungkapkan besarnya nilai dengan 0,000 nilai ini dengan tidak dapat melebihi dari nilai batas signifikansi 0,05. Kesimpulan ini menyiratkan bahwa H_0 dengan dapat diterima dan dikatakan bahwa keragaman produk, kualitas produk serta promosi memiliki hubungan dengan simultan yang telah memberikan pengaruh dengan positif serta dengan signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian.

Pembahasan

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Keragaman produk memiliki hubungan dengan parsial yang telah memberikan pengaruh dengan positif serta dengan signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian. Temuan ini dapat dicapai melalui pengujian dengan mengungkapkan besaran nilai pada t hitung ialah 5,085 nilai ini telah dapat melebihi dari nilai t tabel (1,972). Lalu, *Sig.* mengungkapkan besarnya nilai dengan 0,000 nilai ini dengan tidak dapat melebihi dari nilai batas signifikansi 0,05. Dengan memiliki keragaman produk, perusahaan dapat menarik minat pelanggan dari berbagai latar belakang dan kebutuhan. Hal ini memberikan peluang untuk mengumpulkan data dan wawasan yang lebih beragam tentang preferensi konsumen, tren pasar, dan permintaan yang mungkin tidak terlihat jika perusahaan hanya fokus pada satu jenis produk. Keputusan penelitian dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan wawasan ini untuk menginformasikan pengembangan produk masa depan, strategi pemasaran, dan pengambilan keputusan lainnya.

Temuan penelitian ini yang telah dikemukakan sebelumnya diperkuat oleh temuan Yolandia (2022) serta Faradila *et al.* (2022), ditemukan bahwa semakin banyak pilihan produk, semakin besar kemungkinan orang akan membeli sesuatu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa melakukan perubahan pada suatu produk dapat membuat orang lebih tertarik dan termotivasi untuk membelinya. Ketika pelanggan memiliki banyak pilihan, mereka merasa memiliki kekuatan lebih dan dapat memilih produk yang paling sesuai dengan keinginan dan selera mereka.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk memiliki hubungan dengan parsial yang telah memberikan pengaruh dengan positif serta dengan signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian. Temuan ini dapat dicapai melalui pengujian dengan mengungkapkan besaran nilai pada t hitung ialah 6,115 nilai ini telah dapat melebihi dari nilai t tabel (1,972). Lalu, *Sig.* mengungkapkan besarnya nilai dengan 0,000 nilai ini dengan tidak dapat melebihi dari nilai batas signifikansi 0,05. Penemuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk mobil Hyundai yang diperjualkan oleh PT Pionir Auto Mobil memiliki dampak

signifikan terhadap persepsi konsumen. Ketika konsumen merasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan produk yang berkualitas tinggi, mereka akan memiliki keyakinan yang lebih besar dalam merealisasikan pembelian mobil Hyundai.

Temuan penelitian ini yang telah dikemukakan sebelumnya diperkuat oleh temuan Setyani & Gunadi (2020) serta Juniyanti & Saputra (2022) dengan dapat menunjukkan bahwa kualitas produk memainkan peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk mereka agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Promosi memiliki hubungan dengan parsial yang telah memberikan pengaruh dengan positif serta dengan signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian. Temuan ini dapat dicapai melalui pengujian dengan mengungkapkan besaran nilai pada t hitung ialah 5,643 nilai ini telah dapat melebihi dari nilai t tabel (1,972). Lalu, *Sig.* mengungkapkan besarnya nilai dengan 0,000 nilai ini dengan tidak dapat melebihi dari nilai batas signifikansi 0,05. Dalam konteks ini, promosi menjadi faktor kunci dalam mencapai peningkatan penjualan. Semakin besar daya tarik promosi yang ditawarkan, semakin besar pula minat konsumen untuk menjajaki penawaran tersebut. Ini berarti bahwa PT Pionir Auto Mobil memiliki peluang yang lebih baik untuk menghasilkan keputusan pembelian yang lebih tinggi dengan meningkatkan kualitas promosi mereka.

Temuan penelitian ini yang telah dikemukakan sebelumnya diperkuat oleh temuan Wilianna & Saputra (2021) serta Aghitsni & Busyra (2022) dengan dapat menunjukkan bahwa ketika konsumen terpapar dengan promosi yang menarik, seperti diskon atau penawaran khusus, mereka cenderung lebih cenderung untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan. Penelitian ini menekankan pentingnya promosi dalam memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Keragaman produk, kualitas produk serta promosi memiliki hubungan dengan simultan yang telah memberikan pengaruh dengan positif serta dengan signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian. Temuan ini dapat dicapai melalui pengujian dengan mengungkapkan besaran nilai pada f hitung ialah 173,743 nilai ini telah dapat melebihi dari nilai f tabel (2,65). Lalu, *Sig.* mengungkapkan besarnya nilai dengan 0,000 nilai ini dengan tidak dapat melebihi dari nilai batas signifikansi 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa PT Pionir Auto Mobil dapat meningkatkan peluang penjualan dengan mengoptimalkan keragaman produk, kualitas produk, dan promosi yang ditawarkan secara bersamaan. Dengan membangun keyakinan pelanggan melalui faktor-faktor ini, perusahaan ini dapat meningkatkan keputusan pembelian dan mencapai hasil yang lebih baik dalam bisnis mobil Hyundai.

SIMPULAN

Dari temuan yang telah dikemukakan sebelumnya sehingga simpulan dapat memuat beberapa hal yang mencakupi:

1. Keragaman produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil.
2. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil.
3. Promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil.
4. Keragaman produk (X1), kualitas produk (X2) dan promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(2), 256–271.
- Febrizal, & Saputra, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Watchout Di Matahari Bcs Mall Batam. *Scientia Journal*, 5(1). https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/5772
- Fernando, S., & Simbolon, R. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produkunilever. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(8.5.2017), 2003–2005.
- Hardian, R. R. dan A. (2021). Pengaruh Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian di gerai Indomaret mandala by pass 1 cabang Medan. *Jurnal Penelitian EKonomi Manajemen. Vol. 1, 1*, 96–103.
- Iwan, & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17–24. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.94>
- Juniyanti, & Saputra, A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food Di Kota Batam. *Scientia Journal*, 4(5). <http://repository.upbatam.ac.id/1348/>
- Kusuma, R. W., Ban, T. G., Yan, R., & Guntur, M. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia (Factors Affecting Purchase Decisions Through Trust As Intervening Variables In Marketplace Tokopedia) Abstrak Pendahuluan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02), 125–136.
- Sembiring, E. F., & Sunargo. (2022). Pengaruh harga , promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam. 17(1), 117–126.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 92–102.
- Siregar, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hp Merek Vivo Pada Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Stindo Profesional*, VIII(8.5.2017), 2003–2005.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Wilianna, & Saputra, A. (2021). Pengaruh Kemasan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Pada Pt Pacific Batam Perkasa. *Scientia Journal*, 3(1).
- Yolandia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada TB ISNA Tulungagung. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(69), 5–24.



Diterbitkan oleh:
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan
Telp. (021) 741 2566
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB>
e-mail: disrupsi@unpam.ac.id

ISSN 2621-797X

