

JEE
2020

JURNAL EKONOMI EFEKTIF

VOL.3, NO.1, OKTOBER 2020
ISSN : 2622 – 8882, E-ISSN : 2622-9935



Jurnal Ekonomi

EFEKTIF

KATA PENGANTAR

Assalamualiikum Warohmatullahi Wabaarokaatuh

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, Taufik dan Hidayahnya kepada kita semua sehingga pada kesempatan yang baik ini kami , sebagai pengelola Jurnal Ekonomi Efektif Program Studi Manajemen dapat terbit kembali pada Volume 3 No. 1 Oktober 2020. Kami terus berupaya dan mendorong segenap Civitas Akademik untuk benar-benar memanfaatkan, jurnal Ekonomi Efektif sebagai wahana pembelajaran bagi semua yang terlibat didalam penerbitan jurnal ini secara berkala.

Adapun cakupan jurnal ini adalah jurnal Ekonomi yang mencakup: Sumber Daya Manusia, Keuangan, dan Pemasaran.

Semoga penerbitan jurnal Ekonomi Efektif Edisi kali ini memberi manfaat bagi semua pihak, selamat membaca, semoga kita tetap jaya.

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabaarokatuh

Redaksi

Jurnal Ekonomi

EFEKTIF

PELINDUNG

Rektor Universitas Pamulang

PENASEHAT

Dekan Fakultas Ekonomi

PENANGGUNG JAWAB

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

PEMIMPIN REDAKSI

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

DEWAN REDAKSI

Dr. Pranoto, S.E, M.M.

MITRA BESTARI

Dr. Ir. Nardi Sunardi, S.E, M.M

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

REDAKSI PELAKSANA

Dr. Endang Sugiarti, SE, MM

Ade Ratnasari, SE, M.M

Denok Sunarsi, S.Pd., M.M., CHt.

JURNAL EKONOMI EFEKTIF

JL. Surya Kencana No. 1 Pamulang – Tangerang Selatan- Banten
Telp. (021) 7412566, Fax(021) 7412491. Email: jurnaleffective@gmail.com

EFEKTIF

DAFTAR ISI

- PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. UNGGUL ABADI DI JAKARTA** 1 – 6
Aden Prawiro Sudarso^{1*}, Muhamad Abid², Indra Januar Rukmana³
- PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEWPIE SALAD DRESSING PADA PT. KEWPIE INDONESIA** 7 - 14
Agus Sudarsono^{1*}, Mitri Nelsi², Hasanudin³
- PENGARUH LIQUIDITAS TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. JAPFA COMFEED INDONESIA. TBK PERIODE TAHUN 2010-2019** 15 - 21
Agus Suhartono^{1*}, Widya Intan Sari², Yeti Kusmawati³
- PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) BINTARO JAYA** 22 - 28
Ahmad Nurhadi
- PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMART BSD TANGERANG SELATAN** 29 - 36
Aris Ariyanto^{1*}, Anum Nuryani², Denok Sunarsi³
- PENGARUH MODAL KERJA TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. JAPFA COMFEED INDONESIA. TBK PERIODE TAHUN 2010-2019** 37 - 43
Asep Muhammad Lutfi^{1*}, Ria Rosalia Simangunsong², Yusni Nuryani³
- PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN PENGEMBANGAN KARIER KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. TELKOM INDONESIA PERSERO.** 44 - 53
Tbk
Bachtiar Arifudin Husain
- PENGARUH DISIPLIN DAN PELATIHAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. WOM DI JAKARTA** 54 - 61
Dayat Hidayat

EFEKTIF

- PENGARUH KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. MEGAPRIMA DI JAKARTA** 62 - 68
Dede Andi^{1*}, Hafis Laksmana Nuraldy², Imbron³
- PENGARUH PEMBERIAN REWARD DAN MOTIVASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN PADA PT. SINAR KENCANA JAYA DI SURABAYA** 69 - 76
Dodi Prasada^{1*}, Nopi Oktavianti², Lily Setyawati Kristianti³
- PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK BRI CABANG BINTARO** 77 - 83
Elizabeth Tika Kristina Hartuti^{1*}, Abdul Khoir², Ade Yusuf³
- PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. UNGGUL ABADI DI JAKARTA** 84 - 90
Irfan Rizka Akbar^{1*}, Desi Prasetyani², Nariah³
- PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. TIGA SERANGKAI PUSTAKA MANDIRI** 91 - 97
Ivantan^{1*}, Neneng Khoiriah², Sari Karmiyati³
- PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) CABANG MERUYA** 98 - 104
Mada Faisal Akbar^{1*}, Arif Hidayat², Devi Fitria Wilandari³
- PENGARUH KEGIATAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBEIAN PADA PT. INDOTEX MANDIRI DI TANGERANG** 105 - 111
Mahnun Mas'adi
- PENGARUH LOAN TO DEPOSIT RATIO DAN NON PERFORMING LOAN TERHADAP RETURN ON ASSET PADA PT. PERMATA BANK TBK DI JAKARTA** 112 - 121
Noryani

Jurnal Ekonomi

EFEKTIF

- PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA HANA BANK
KANTOR PUSAT JAKARTA** **122 - 128**
Retno Wulansari
- PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEWPIE
SALAD DRESSING PADA PT. KEWPIE INDONESIA** **129 - 135**
Triyadi^{1*}, Kiki Dwi Wijayanti², Abdul Rahman Safih³
- TEKNIK PENULISAN JURNAL EFEKTIF** **136**

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA
PT. UNGGUL ABADI DI JAKARTA**

Aden Prawiro Sudarso^{1*}, Muhamad Abid², Indra Januar Rukmana³
Universitas Pamulang
dosen01171@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Unggul Abadi di Jakarta. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 80 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel motivasi diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,40 dengan kriteria baik. Variabel kinerja karyawan diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,81 dengan kriteria baik. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai persamaan regresi $Y = 10,945 + 0,799X$, dan nilai koefisien korelasi 0,767 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 58,9%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Motivasi, Kinerja Karyawan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of motivation on employee performance at PT. Unggul Abadi in Jakarta. The method used is explanatory research with a sample of 80 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study the motivation variable obtained an average score of 3.40 with good criteria. Employee performance variables obtained an average score of 3.81 with good criteria. Motivation has a positive and significant effect on employee performance with the regression equation $Y = 10.945 + 0.799X$, and the correlation coefficient value of 0.767 or has a strong level of relationship with a determination value of 58.9%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Motivation, Employee Performance.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi kehidupan yang serba modern dengan teknologi yang canggih, peran sumberdaya manusia yaitu karyawan atau pegawai sebagai suatu tenaga kerja dalam suatu unit organisasi sangat di butuhkan untuk menghasilkan suatu produk yang berkualitas, baik berupa materi maupun produk yang berupa jasa. Produktifitas karyawan tersebut, saat ini menjadi pusat perhatian dalam upaya untuk meningkatkan kinerja yang mempengaruhi efisiensi dan efektifitas organisasi, analisis yang mengkonsentrasikan pada kinerja, akan lebih memberikan penekanan pada factor utama antara lain adalah motivasi kerja karyawan

Organisasi akan berhasil melaksanakan program-programnya apabila orang-orang yang bekerja dalam organisasi dapat melaksanakan tugasnya dengan baik sesuai dengan bidang dan tanggung jawabnya masing-masing. Dalam hal melaksanakan tugasnya tersebut, para karyawan perlu di berikan arahan dan dorongan sehingga potensi yang ada dalam dirinya dapat menjadi prestasi yang menguntungkan organisasi. Dengan kata lain motivasi karyawan agar mampu meningkatkan kinerja yang baik, yang di harapkan oleh perusahaan.

PT. Unggul Abadi merupakan salah satu pelaku industri yang berherak dibidang peralatan suku cadang mesin industri, utamanya mengenai peralatan crane. Perusahaan sudah tentu harus memiliki komitmen dalam meningkatkan efektivitas kerja karyawannya. Karyawan yang memiliki semangat kerja yang tinggi akan meningkatkan kehidupan organisasi atau perusahaan. Loyalitas dan semangat kerja dapat di lihat dari mereka merasa senang dengan pekerjaannya. Mereka akan banyak memberikan pelatihan, imajinasi, dan keterampilan dalam pekerjaannya. Dengan demikian di berikan suatu motivator tersebut maka karyawan akan bersedia bekerja dan melaksanakan tugasnya dengan baik. Mereka akan lebih memusatkan perhatiannya terhadap tugas dan tanggung jawabnya, sehingga hasil pekerjaan yang di capai dapat meningkat. Untuk itu di berikan suatu dorongan untuk karyawan dalam menyelenggarakan suatu kegiatan di suatu perusahaan, dorongan itulah yang di sebut motivasi.

Motivasi kerja merupakan hal yang berperan penting dalam meningkatkan dua-dua efektifitas kerja. Karna orang yang mempunyai motivasi kerja tinggi akan berusaha dengan semaksimal mungkin agar pekerjaannya dapat berhasil dengan sebaik-baiknya, akan membentuk suatu produktivitas kerja.

Banyak sekarang perusahaan yang kurang memberikan motivasi kepada karyawan sehingga banyak karyawan yang kurang termotivasi oleh atasan yang memberikan dampak yang kurang di inginkan oleh perusahaan akibat kurangnya pemberian motivasi. Untuk itu sangat di perlukan motivasi bagi karyawan agar motivasi tersebut dapat berjalan secara optimal sehingga dapat meningkatkan gairah kinerja karyawan sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yang di inginkan.

Motivasi kerja yang baik dan dapat menunjang keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya, sebab melalui adanya factor tersebut akan menciptakan tingkat kinerja karyawan yang tinggi sehingga menunjang keberhasilan perusahaan. Sebaliknya jika tingkat kinerja meurun maka akan menghambat perusahaan tersebut dalam mencapai tujuannya.

Selanjutnya dengan teori yang di kemukakan tadi Robert kreitner dan angelo kinicki dalam wibon (2011:391) mengumumkan bahwa motivasi dapat di peroleh melalui, *Need* (kebutuhan), *job design* (desain pekerjaan) *satisfaction* (kepuasan) *Equity* (keadilan), *Expectation* (harapan) *goal setting* (penetapan tujuan). Menurut veizal raivai dalam (ensiklopedia onlie) mengemukakan kinerja adalah perilaku yang nyata, yang

ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerjayang di hasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan

Menurut Wibowo (2011:102) kinerja dapat di tentukan oleh tujuan yang hendak di capai dan untuk melakukannya di perlukan adanya motifasi. Tanpa dorongan motivasi untuk mencapai tujuan, kinerja tidak adkan berjan. Namun kinerjamelakukan adanya sarana, kompetensi, peluang, standar, dan unpan balik. Oleh karena itu kinerja seseorang pegawai tidak lepas dari bagaimana pemimpin memberikan sebuah motivasi, karena denagan motivasi tersebut aka meningkatkan kinerja bagi kepentingan organisasi itu sendiri, hal ini di sebabkan karna motivasi sangat mempengaruhi kinerja karyawan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana motivasi pada pada PT. Unggul Abadi di Jakarta ?.
2. Bagaimana kinerja karyawan pada PT. Unggul Abadi di Jakarta ?.
3. Adakah pengaruh antara motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Unggul Abadi di Jakarta ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi motivasi pada PT. Unggul Abadi di Jakarta ?.
2. Untuk mengetahui kondisi kinerja karyawan pada PT. Unggul Abadi di Jakarta ?.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Unggul Abadi di Jakarta ?.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 80 responden yaitu karyawan PT. Unggul Abadi di Jakarta

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah samplel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rassing score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motivasi (X1)	80	28	44	34.00	4.016
Kinerja Karyawan (Y)	80	29	49	38.11	4.183
Valid N (listwise)	80				

Motivasi diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,40 dengan standar deviasi 4,016. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Kinerja karyawan diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,81 dengan standar deviasi 4,183. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	10.945	2.589		4.227	.000
Motivasi (X)	.799	.076	.767	10.564	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 10,945 + 0,799X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 10,945 diartikan jika motivasi tidak ada, maka telah terdapat nilai kinerja karyawan sebesar 10,945 point.
- 2) Koefisien regresi motivasi sebesar 0,799, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan motivasi sebesar 0,799 point maka kinerja karyawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,799 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan.

	Correlations ^b	
	Motivasi (X1)	Kinerja Karyawan (Y)
Motivasi (X1)	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000
Kinerja Karyawan (Y)	Pearson Correlation	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,767 artinya motivasi memiliki hubungan yang kuat terhadap kinerja karyawan.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.589	.583	2.700

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,589 artinya motivasi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 58,9% terhadap kinerja karyawan.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.945	2.589		4.227	.000
	Motivasi (X)	.799	.076	.767	10.564	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10,564 > 1,991), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Motivasi

Berdasarkan jawaban responden, variabel motivasi diperoleh *rating score* sebesar 3,40 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kinerja Karyawan

Berdasarkan jawaban responden, variabel kinerja karyawan diperoleh *rating score* sebesar 3,81 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan

Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 10,945 + 0,799X$, nilai korelasi sebesar 0,767 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 58,9%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10,564 > 1,991). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel motivasi diperoleh *rating score* sebesar 3,40 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel kinerja karyawan diperoleh *rating score* sebesar 3,81 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 10,945 + 0,799X$, nilai korelasi sebesar 0,767 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 58,9% sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis

diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($10,564 > 1,991$).

2. Saran

- a. Perusahaan harus selalu memberikan semangat dan apresiasi yang layak untuk memastikan karyawan memiliki semangat kerja yang tinggi.
- b. Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan memberdayakan karyawan dengan menegakkan peraturan yang baik dan pemberian motivasi yang lebih inten lagi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M (2014) *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Dessler, G. (2006.) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Jilid II)*. Jakarta: Indeks..
- George Terry R & Rue, Leslie W. Rue (2016) *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta Bumi Aksara.
- Gerry Dessler (2016) *Human Resources Management*, Prenticehall, London: International Inc.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Imam Ghozali (2017). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) “*Riset Sumber Daya Manusia*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J., & Paeno, P. (2019). The Effect of Leadership and Competence on Lecturer Performance and Its Implications on Student Learning Motivation at Pamulang University. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(4).
- Luthans Fred (2014) *Organizational Behavior*, Ney York: McGraw-Hill, New York.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2016). *Evaluasi Kinerja SDM*. Cetakan ke tujuh, PT Refika Aditama: Bandung.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.
- Robbins, P.S, & Judge, A.T. (2003). *Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2017), “*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2018). Buku Ajar: Seminar Perencanaan Sumber Daya Manusia. Tangerang Selatan: Asmoro Mediatama
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 – 194
- Veithzal Rivai (2015) *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wibowo (2015) *Manajemen Kinerja*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEWPIE SALAD DRESSING
PADA PT. KEWPIE INDONESIA**

Agus Sudarsono^{1*}, Mitri Nelsi², Hasanudin³
Universitas Pamulang
dosen02473@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel kualitas produk diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,41 dengan kriteria baik. Variabel keputusan pembelian diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,83 dengan kriteria baik. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai persamaan regresi $Y = 9,141 + 0,857X$, dan nilai koefisien korelasi 0,780 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 60,9%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality on purchasing decisions of Kewpie Salad Dressing at PT. Kewpie Indonesia. The method used is explanatory research with a sample of 96 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this research variable product quality obtained an average score of 3.41 with good criteria. The purchase decision variable obtained an average score of 3.83 with good criteria. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with the regression equation value $Y = 9.141 + 0.857X$, and a correlation coefficient value of 0.780 or has a strong level of relationship with a determination value of 60.9%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Purchasing Decision.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini trend gaya hidup masyarakat semakin memilih pada hal-hal yang dirasakan simpel dan cepat dalam penyajiannya. Tentu kondisi ini tidak hanya terkait dengan sandang namun juga makanan. Pemerintah melalui dinas kesehatan sedang giatnya melakukan sosialisai tentang pola hidup sehat yang didukung oleh keterlibatan media iklan maupun sosial dalam menyampaikannya. Oleh karena itu, masyarakat Jakarta sekarang telah menyadari betapa pentingnya berolahraga dan menjalankan pola makan untuk hidup yang lebih sehat.

Seiring perkembangan zaman, banyak sekali varian makanan sehat yang di buat. Salah satunya adalah salad. Salad adalah makanan sehat yang terbuat dari sayuran dan buah-buahan yang di lengkapi dengan saus salad atau biasa disebut *Dressing*. Di Indonesia sejak dulu sudah ada yang namanya rujak dan pecel, namun seiring berjalannya waktu, terdapat inovasi yang berkembang dengan menciptakan produk untuk saus siram salad.

Banyak ditemukan produk-produk saus salad disupermarket, dari mulai yang impor, lokal, hingga produk impor yang sudah memiliki pabrik di Indonesia. Hal ini disebabkan pula oleh perilaku konsumen yang ingin mengkonsumsi sayuran atau buah dengan menggunakan saus salad secara mudah dan cepat.

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan”. Schiffman dan Kanuk (2008:6) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia. Makan makanan sehat seperti salad membuat bahagia bagi para penggemar salad, karena mendapatkan manfaat bagi kesehatan tubuhnya. Apalagi dengan saus salad yang beragam merek dan rasa sesuai selera konsumen.

Persaingan yang ketat dalam berbagai merek produk saus salad yang dijual di supermarket, membuat para pebisnis saus salad berlomba-lomba menciptakan varian yang digemari konsumennya. Contoh merk lokal ialah Mamasuka dan Maestro sedangkan contoh merk impor ialah Remia dan Helmans. Masuknya produk luar negeri yang dikelola secara profesional agar dapat bersaing untuk memperebutkan konsumen di bisnis saus siram salad. Dengan menciptakan rasa yang memanjakan lidah dan kualitas produk yang bagus merupakan salah satu cara merebut hati konsumen untuk menjadi pelanggannya, serta membangun citra yang baik dimata konsumen. Citra dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian produk, oleh karena itu citra menjadi faktor penting bagi keberhasilan pemasaran suatu produk.

Persaingan bisnis merupakan persaingan yang harus dihadapi oleh perusahaan. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan saus salad untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Agar dapat keluar dari situasi yang mengancam kehidupan perusahaan, maka manajemen perusahaan dituntut untuk menciptakan rasa dan mengimplementasikan dengan menu-menu baru. Menggunakan menu-menu baru dengan saus salad merupakan satu dari sekian banyaknya strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Pada akhirnya, strategi tersebut dapat menciptakan suatu kesetiaan konsumen terhadap perusahaan.

Kualitas produk menjadi faktor penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk salad dressing. Mengingat perkembangan bisnis sangat pesat dan banyaknya peluang untuk memasuki bisnis salad dressing, maka studi tentang citra merek salad dressing sangat diperlukan untuk mengukur daya saing

dipasarkan. PT. Kewpie Indonesia selalu berupaya menciptakan rasa melalui penampilan citra merek yang baik.

PT. Kewpie Indonesia berkomitmen untuk menciptakan produk-produk yang berkualitas dengan SOP nya, produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Kotler (2005:49), "Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat". Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa "Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas".

Kewpie Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufacturing makanan, dalam hal ini adalah saus dressing dan mayonnaise serta olahan telur. Perusahaan Kewpie sudah berdiri sejak 100 tahun lalu di Jepang dan mulai membangun bisnis tahun 2013 di Indonesia. Dengan sertifikat halal dan NKV, Kewpie Indonesia menyediakan produk makanan halal, aman serta berkualitas untuk masyarakat Indonesia. Produk-produk PT. KEWPIE INDONESIA tahun 2016 memperoleh sertifikat FSSSC 22000 dan ISO 22000:2005, yang merupakan system manajemen keamanan pangan untuk seluruh rantai produksi pangan yang berlaku secara internasional.

Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang yang sama dan juga banyak produk impor yang masuk ke Indonesia, maka PT Kewpie Indonesia memiliki banyak sekali kompetitor seperti *MAESTRO* dari Mamasuka Indonesia, *REMIA* produk Jerman dan masih banyak lagi, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Daftar Produk PT. Kewpie Indonesia Salad Dressing dan Produk Kompetitor

No	Nama produk	Item produk	Berat
1.	KEWPIE	Wijen Sangria	200ml
		Thousand Island	200ml
		Caesar	200ml
		Kecap ala Jepang	200ml
		Tomat pedas	200ml
2.	MAMASUKA	Thousand Island	300g
		Cheesy mayonnaise	300g
3.	REMIA	Thousand Island	250ml
		Italian dressing	250ml
		Caesar	250ml
		Blue cheese	250ml
		French dressing	250ml
		Garlic	250ml
		Yogurt dressing	250ml
4.	HELMANS	Honey mustard	180ml
		Honey dressing	250ml
5.	MIZKAN	Wijen sangrai	200ml
6.	KUHNE	Thousand Island	250ml
		Caesar	250ml
7.	MAESTRO	Thousand Island	237 ml
		Blue cheese	237 ml
8.	AISAMURAKI	Sesame	200 ml
		Black sesame	200 ml
9.	KRAFT	Thousand Island	475 ml
		Blue cheese	475 ml

Sumber : Supermarket Ranch Grand Indonesia, 2019

Dari data diatas, walaupun memiliki pesaing yang banyak, PT Kewpie Indonesia memiliki strategi untuk mempertahankan eksistensinya sebagai produk makanan salad dressing yang digemari konsumennya. Penjualan produk PT Kewpie Indonesia mengalami fluktuasi mulai dari tahun 2016 sampai dengan 2019.

Dibawah ini merupakan data penjualan dari PT Kewpie Indonesia salad dressing yang masih mengalami fluktuasi dan secara umum belum menguasai pasar produk sejenis.

Tabel 2. Data Penjualan PT. Kewpie Indonesia Periode Tahun 2017-2019

Tahun	Penjualan (Rp)	Penjualan (Rp)
2017	2.592.263.050	3.147.762.235
2018	4.736.057.512	4.976.421.987
2019	5.820.431.384	5.732.685.076

Dari tabel diatas terlihat bahwa penjualan PT Kewpie Indonesia pada tiga tahun terakhir mengalami fluktuatif, disamping itu berdasarkan hasil pengamatan dilapangan terlihat strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan belum dapat memenuhi target yang diharapkan.

Namun demikian, citra merek Kewpie masih banyak yang belum mengetahui dan bagaimana kualitas produk serta cita rasa yang disajikan oleh kewpie salad dressing sehingga akan mendapatkan lebih banyak lagi konsumen yang mau mencoba kewpie.

Berdasarkan latar tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia ?.
2. Bagaimana keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia ?.
3. Adakah pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi kualitas produk Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia.
2. Untuk mengetahui kondisi keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT. Kewpie Indonesia

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya.

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, *rating score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas produk (X1)	96	27	44	34.11	3.925
Keputusan pembelian (Y)	96	29	49	38.39	4.312
Valid N (listwise)	96				

Kualitas produk diperoleh *varians* minimum sebesar 27 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,411 dengan standar deviasi 3,925. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,839 dengan standar deviasi 4,312. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.141	2.434		3.756	.000
	Kualitas Produk (X)	.857	.071	.780	12.095	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,141 + 0,857X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,141 diartikan jika kualitas produk tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 9,141 point.
- 2) Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,857, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 0,857 point maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,857 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian.
Correlations^b

		Kualitas Produk (X)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas produk (X)	Pearson Correlation	1	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,780 artinya kualitas produk memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.605	2.712

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,609 artinya kualitas produk memiliki kontribusi pengaruh sebesar 60,9% terhadap keputusan pembelian.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	9.141	2.434		3.756	.000
	Kualitas Produk (X)	.857	.071	.780	12.095	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,095 > 1,986), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan jawaban responden, variabel kualitas produk diperoleh *rating score* sebesar 3,411 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan jawaban responden, variabel keputusan pembelian diperoleh *rating score*

sebesar 3,839 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 9,141 + 0,857X$, nilai korelasi sebesar 0,780 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 60,9%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($12,095 > 1,986$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel kualitas produk diperoleh *rating score* sebesar 3,411 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel keputusan pembelian diperoleh *rating score* sebesar 3,839 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 9,141 + 0,857X$, nilai korelasi sebesar 0,780 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 60,9% sedangkan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($12,095 > 1,986$).

2. Saran

- Perusahaan harus mampu memproduksi varian produk yang beragam yang tetap menjaga mutu produk tetap halal dan enak dikonsumsi
- Perusahaan harus selalu memberikan informasi baik melalui kegiatan sosial dan kegiatan pemasaran lainnya terkait dengan pengenalan produk agar lebih dikenal dimasyarakat

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2014). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta. *Disrupsi Bisnis*, 1(1).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *“Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online”*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler dan Armstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas”. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.

- Rao, Purba, (2012). *“Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis”*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). *“Menguasai Statistik Multivariat”*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono (2017), *“Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D”*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). *“Metode Riset Pemasaran”*. Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2019). Pengaruh Kompetensi, Pengembangan Karir dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Boga Lestari Sentosa Indonesia (Kenny Rogers Roasters).
- Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2019). The Effect of Service Quality and Price Accuracy on Consumer Confidence and Implications for Sales Increase. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 101-110.
- Sunarsi, D., Winata, H., Gunartin, G., & Paeno, P. (2020). Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Desa Dalam Pengembangan Desa Cidokom Gunung Sindur Kabupaten Bogor. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3).
- Yusuf, A. D Sunarsi. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4 (2), 272-279

**PENGARUH LIQUIDITAS TERHADAP PROFITABILITAS
PADA PT. JAPFA COMFEED INDONESIA. TBK
PERIODE TAHUN 2010-2019**

Agus Suhartono^{1*}, Widya Intan Sari², Yeti Kusmawati³
Universitas Pamulang
dosen02498@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh liquiditas terhadap profitabilitas pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk. Metode yang digunakan adalah explanatory research. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel Current Ratio diperoleh nilai rata-rata sebesar 198,87%. Variabel Return On Asset diperoleh nilai rata-rata 5,75%%. Current Ratio tidak berpengaruh signifikan terhadap Return On Asset dengan nilai persamaan regresi $Y = 0,044 + 0,029X$, dan nilai koefisien korelasi 0,698 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 48,7%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,024 < 0,05$.

Kata Kunci: Liquiditas, Profitabilitas.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of liquidity on profitability at PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk. The method used is explanatory research. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this research variable Current Ratio obtained an average value of 198.87%. The return on asset variable obtained an average value of 5.75 %%. Current Ratio has no significant effect on Return On Assets with the regression equation value $Y = 0.044 + 0.029X$, and a correlation coefficient value of 0.698 or has a strong level of relationship with a determination value of 48.7%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.024 < 0.05$.

Keywords: Liquidity, Profitability.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perusahaan dalam mencapai suatu tujuannya harus dikelola dengan baik, pengelola keuangan yang baik akan memberikan pencapaian kinerja yang maksimal. Upaya untuk melaukan pengelolaan keuangan yang baik, yaitu dengan pengelolaan aset perusahaan secara efisien dan efektif. Penanggung jawab pengelola keuangan, atau dalam hal aset perusahaan yang meliputi aset lancar adalah manager keuangan. Aktiva lancar perusahaan merupakan aktiva yang harus diperhatikan dengan baik, karena memiliki perputaran yang lebih cepat dibandingkan dengan aktiva tetap.

Pengelolaan Current Ratio merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan, karena berpengaruh dalam pengambilan keputusan mengenai jumlah dan komposisi aktiva lancar dan bagaimana membiayai aktiva ini. Perusahaan yang tidak dapat memperhitungkan tingkat Current Ratio yang memuaskan, maka perusahaan akan mengalami *insolvency* (tidak mampu memenuhi kewajiban-kewajiban tunai yang telah jatuh tempo) yang memungkinkan perusahaan akan dilikuidasi. Aktiva lancar lebih besar dari pada hutang lancar akan membuat manajemen Current Ratio yang positif, sehingga menggambarkan adanya tingkat keamanan (*margin safety*) yang memuaskan. Sementara itu jika perusahaan menetapkan Current Ratio berlebih akan menyebabkan perusahaan *overlikuid* sehingga menimbulkan dana menganggur yang mengakibatkan inefisiensi perusahaan, dan membuang kesempatan memperoleh laba.

Menurut Fred Weston dalam Kasmir (2013) menyatakan bahwa rasio likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (hutang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu untuk memenuhi hutang tersebut terutama hutang yang sudah jatuh tempo. Likuiditas (*current ratio*) dihitung dengan membandingkan aktiva lancar dengan hutang lancar, pada saat ini industri yang sedang mengalami perkembangan yang cukup tinggi adalah industri makanan dan minuman instant, semakin berkembangnya industri ini dikarenakan semakin meningkatnya konsumsi masyarakat. Hampir separuh pendapatan masyarakat Indonesia dikeluarkan untuk membeli kebutuhan pangan, tidak mengherankan persaingan diindustri kategori food&beverage di Indonesia sangat ketat.

Dengan terus meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk makanan dan minuman maka setiap perusahaan harus memiliki kemampuan manajemen yang baik agar perusahaan yang dijalankan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang ada. Setiap perusahaan pastinya memiliki strategi demi meningkatkan penjualannya, dan strategi bagaimana untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk setiap tahunnya sehingga produk yang dihasilkan mampu memikat minat konsumen guna meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan secara terus menerus, dengan begitu maka profitabilitas perusahaan juga akan meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas dapat menggambarkan keberhasilan manajemen dalam menjalankan suatu perusahaan.

Berikut ini merupakan ringkasan data keuangan yang berhubungan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: Likuiditas dan Profitabilitas.

Tabel 1. Current Ratio dan Return on Asset PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Periode 2010-2019

Tahun	Current Ratio (%)	Return on Asset (%)
2010	175.04	5.28
2011	420.61	13.42
2012	266.57	5.11
2013	139.35	7.69
2014	182.45	9.8

2015	206.46	4.29
2016	177.15	2.49
2017	179.43	3.06
2018	107.09	1.13
2019	134.59	5.25

Sumber: PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk

Berdasarkan tabel diatas selama 10 tahun dari tahun 2010 sampai tahun 2019, pertumbuhan ratio likuiditas dalam hal ini diwakili oleh current ratio atau kemampuan perusahaan dalam membayar hutang rata-rata berfluktuasi tipis. Presentasi pencapaian current ratio tertinggi terjadi pada tahun 2011 mencapai 420,61% sedangkan pencapaian terendah terjadi pada tahun 2019 mencapai 134,59%.

Kemudian sepanjang tahun 2010 sampai 2019 pertumbuhan *return on asset* PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk mengalami perkembangan yang berfluktuatif terlihat dari tingkat presentase ratio. Presentase tertinggi terjadi pada tahun 2011 mencapai 13,42% dan presentase terendah terjadi pada tahun 2018 mencapai 1,13%.

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio profitabilitas.

Pengertian profitabilitas menurut Agus Sartono (2010) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah suatu takaran yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada beberapa periode tertentu. Profitabilitas juga merupakan faktor penting dalam menilai tingkat kesehatan perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara efektif dan efisien. Perkembangan laba yang diperoleh perusahaan dapat diketahui melalui laporan keuangan perusahaan. Ada beberapa alat ukur yang dipergunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas, antara lain: *Return On Asset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)*. Dan didalam penelitian ini profitabilitas akan diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa terjadi ketidaksamaan anatara Current Ratio dengan profitabilitas. Begitupun dengan tingkat likuiditas yang tidak sejalan dengan perkembangan profitabilitas. Kenyataan tersebut menyimpang dari teori yang ada, dimana secara teori apabila perusahaan memiliki tingkat Current Ratio yang tinggi maka tingkat profitabilitasnya juga akan tinggi. Begitupun hubungannya dengan tingkat likuiditas yang diperoleh perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap tingkat profitabilitas. Oleh karena itu, perlu penelitian untuk mengetahui pengaruh penggunaan Current Ratio dalam memperoleh laba serta tingkat likuiditas yang diperoleh dan ditinjau dari tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaannya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *Current Ratio* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk ?.
2. Bagaimana *Return On Asset* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk ?.
3. Adakah pengaruh antara *Current Ratio* terhadap *Return On Asset* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi *Current Ratio* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk.
2. Untuk mengetahui kondisi *Return On Asset* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk.

3. Untuk mengetahui pengaruh antara *Current Ratio* terhadap *Return On Asset* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini laporan keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk selama 10 tahun

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini laporan keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk selama 10 tahun.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Current Ratio</i> (X1)	10	107	421	198.87	89.191
<i>Return On Asset</i> (Y)	10	1.13	13.42	5.7520	3.66993
Valid N (listwise)	10				

Current Ratio diperoleh nilai minimum sebesar 107% dan nilai *maximum* 421% dengan rata-rata sebesar 198,87% dengan standar deviasi 89,191%.

Return On Asset diperoleh nilai minimum sebesar 1,13% dan nilai *maximum* 13,42% dengan rata-rata sebesar 5,752% dengan standar deviasi 3,669%.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.044	2.253		.020	.985
<i>Current Ratio</i> (X)	.029	.010	.698	2.753	.025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 0,044 + 0,029X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 0,044 diartikan jika *Current Ratio* tidak ada, maka telah terdapat nilai *Return On Asset* sebesar 0,044 point.
- 2) Koefisien regresi *Current Ratio* sebesar -0,029, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan *Current Ratio* sebesar 0,029 point maka *Return On Asset* juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,029 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi *Current Ratio* Terhadap *Return On Asset*.

		<i>Current Ratio</i> (X)	<i>Return On Asset</i> (Y)
<i>Current Ratio</i> (X1)	Pearson Correlation	1	.698 [*]
	Sig. (2-tailed)		.025
<i>Return On Asset</i> (Y)	Pearson Correlation	.698 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.025	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,698 artinya *Current Ratio* memiliki hubungan yang kuat terhadap *Return On Asset*.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi *Current Ratio* Terhadap *Return On Asset*.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.487	.422	2.78926

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,487 artinya *Current Ratio* memiliki kontribusi pengaruh sebesar 48,7% terhadap *Return On Asset*.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Current Ratio* terhadap *Return On Asset*.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis *Current Ratio* Terhadap *Return On Asset*.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.044	2.253		.020	.985
<i>Current Ratio</i> (X)	.029	.010	.698	2.753	.025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (2,753 > 2,306), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Current Ratio* terhadap *Return On Asset* diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel *Current Ratio*

Berdasarkan data empiris dan analisis data, variabel *Current Ratio* diperoleh nilai rata-rata per tahun sebesar 198,87%.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel *Return On Asset*

Berdasarkan data empiris dan analisis data, variabel *Return On Asset* diperoleh nilai rata-rata per tahun sebesar 5,75%.

3. Pengaruh *Current Ratio* Terhadap *Return On Asset*

Current Ratio berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* dengan persamaan regresi $Y = 0,044 + 0,029X$, nilai korelasi sebesar 0,698 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 48,7%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (2,753 > 2,306). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara *Current Ratio* terhadap *Return On Asset* diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel *Current Ratio* diperoleh nilai rata-rata per tahun sebesar 198,87%
- Variabel *Return On Asset* diperoleh nilai rata-rata per tahun sebesar 5,752%
- Current Ratio* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* dengan persamaan regresi $Y = 0,044 + 0,029X$, nilai korelasi sebesar 0,698 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 48,7% sedangkan sisanya sebesar 76,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (2,753 > 2,306).

2. Saran

- Perusahaan harus mencermati kondisi keuangan agar kondisi perusahaan memiliki tingkat resiko investasi yang perlu dicermati sehingga berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.
- Agar tidak terjadi penurunan return on asset (ROA) perusahaan harus mencermati potensi pertumbuhan harga saham yang cenderung dinamis membuat investor menghadapi resiko investasi terhadap perusahaan bila tidak di cermati.
- Investor selalu mengharapkan harga saham yang naik agar mendapat keuntungan saham yang lebih besar

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, Edisi keempat, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang Riyanto, (2011). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi ke empat, BPFE Yogyakarta.
- Fahmi, Irham (2012), *Pengantar Manajemen Keuangan* Cetakan pertama. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Imam Ghozali (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham (Analisis Pada Perusahaan Property dan Real Estate Yang Go Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 12(2).

- Jasmani, J. (2019). The Effect of Liquidity and Working Capital Turnover on Profitability at PT. Sumber Cipta Multiniaga, South Jakarta. *PINISI Discretion Review*, 3(1), 29-38.
- Jasmani, Jasmani, and Denok Sunarsi. "The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang." *PINISI Discretion Review* 1.1 (2020): 165-174.
- Kasmir. (2012) "*Pengantar Manajemen Keuangan*", Edisi Pertama, Cetakan kedua, Jakarta: Prenada Media.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). "*Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*". Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Martono dan Agus Harjito, (2011). "*Manajemen Keuangan*", Jakarta: Penerbit Ekonisia..
- Munawir (2010), "*Analisis Laporan Keuangan*", Edisi Ke Empat, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Nuryani, Y. D Sunarsi. (2020). The Effect of Current Ratio and Debt to Equity Ratio on Deviding Growth. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)* 4 (2), 304-312.
- Sawir, (2003). "*Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*", Cetakan ketiga, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyarso, G. dan F. Winarni, "*Manajemen Keuangan (Pemahaman Laporan Keuangan, Pengelolaan Aktiva, Kewajiban dan Modal serta Pengukuran*
- Sugiyono (2017), "*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*". Bandung: Alfabeta.
- Susanti, N., Latifa, I., & Sunarsi, D. (2020). The Effects of Profitability, Leverage, and Liquidity on Financial Distress on Retail Companies Listed on Indonesian Stock Exchange. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 45-52.
- Sutrisno, S., & Sunarsi, D. (2019). The Effect of Work Motivation and Discipline on Employee Productivity at PT. Anugerah Agung in Jakarta. *Jurnal Ad'ministrare*, 6(2), 187-196.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)
BINTARO JAYA**

Ahmad Nurhadi
Universitas Pamulang
dosen01023@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 82 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel Kualitas Produk diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,41 dengan kriteria baik. Variabel Kepuasan Konsumen diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,80 dengan kriteria baik. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai persamaan regresi $Y = 10,964 + 0,799X$, dan nilai koefisien korelasi 0,762 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 58,1%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality on Consumer Satisfaction at Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya. The method used is explanatory research with a sample of 82 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this research variable Product Quality obtained an average score of 3.41 with good criteria. Consumer Satisfaction variable obtained an average score of 3.80 with good criteria. Product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 10.964 + 0.799X$, and the correlation coefficient value of 0.762 or has a strong level of relationship with a determination value of 58.1%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dewasa ini sangat sulit ditebak. Ini disebabkan oleh terjadinya perubahan di dunia baik di bidang ekonomi, sosial dan budaya. Hal ini juga tentunya akan mempengaruhi perkembangan struktur perekonomian secara global. Di samping itu dengan semakin berkembangnya perekonomian mengakibatkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru, yang pada akhirnya meningkatkan persaingan antar perusahaan sehingga menjadi tantangan-tantangan bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan penjualan. Terlihat juga perusahaan-perusahaan yang memilih makanan siap saji yang masuk ke Indonesia.

Perubahan pada pola konsumsi masyarakat yang beranekaragam memunculkan konsep penghidangan makanan yang praktis, salah satunya adalah jenis fastfood (makanan cepat saji). Peluang usaha ini dimanfaatkan oleh banyak pemilik modal dalam industri restoran fastfood. Salah satu industri yang bergerak di bidang pengelola restoran siap saji adalah PT. Fast Food Indonesia, Tbk dengan merek dagang Kentucky Fried Chicken (KFC). Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, banyak usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Namun salah satu yang dirasakan paling penting adalah memahami perilaku konsumen. Selain itu, pihak KFC harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum. Hal ini dapat bermanfaat bagi perusahaan karena konsumsi produk setiap wilayah berbeda satu sama lain.

Berdasarkan hal tersebut maka permintaan terhadap makanan siap saji semakin meningkat, berarti merupakan peluang bisnis bagi pelaku bisnis makanan siap saji ini. Banyak sekali brand yang dipasarkan saat ini sehingga perusahaan harus cermat dalam menentukan strategi yang tepat.

Persaingan antar restoran cepat saji di Indonesia. Seharusnya menjadi keuntungan bagi KFC (Kentucky Fried Chicken) karena memiliki gerai cukup banyak hampir disetiap kecamatan atau wilayah bisnis. Selain itu, minat konsumen untuk mengunjungi sebuah restoran fastfood dapat mempengaruhi pertumbuhan gerai-gerai restoran cepat saji tersebut. Tingkat persaingan restoran fastfood dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti promosi, layanan, kenyamanan tempat, dan faktor lainnya. Selain itu banyaknya jumlah gerai turut mempengaruhi brand awareness konsumen terhadap merek/produk tersebut, sehingga tingkat persaingan semakin tinggi.

Restoran KFC pertama kali berdiri pada tahun 1930 di Sanders Court, Amerika oleh Harland Sanders. Tetapi mulai dikenal di Indonesia pada Oktober 1979 dengan dibukanya restoran KFC pertama di Jalan Melawai, Jakarta Selatan. KFC merupakan salah satu makanan siap saji yang menjadi top brand. Makanan siap saji ini diminati semua generasi baik muda maupun tua. KFC menyediakan makanan dan minuman yang cepat saji, yang dapat langsung dinikmati oleh para konsumennya. Restoran KFC ini mempunyai icon tersendiri yaitu “jagonya ayam”, ini dikarenakan oleh menu utama yang ditawarkan oleh KFC adalah ayam goreng empuk dan renyah.

Disamping itu KFC juga menyediakan menu lainnya selain ayam goreng seperti burger, twister, spaghetti, kentang, dan lainnya. Selain itu KFC juga menawarkan ragam menu 5000-an seperti sup, es krim, float, dan lain-lain. Kunci untuk mempertahankan kinerja bisnis adalah dengan memuaskan konsumen. Sebab, konsumen adalah kunci dari eksistensi perusahaan. Dengan memberikan kepada konsumen no reason to switch and every reason to stay berarti perusahaan telah mengisolasi (insulate) mereka dari tekanan kompetisi Jhonson & Gustafsson (2000:113). Karena itu, tidak mengherankan bila kepuasan konsumen total customer satisfication. Menjadi tujuan utama (dominan goal) dari perusahaan-perusahaan yang inovatif. Artinya, tiga eksistensi

kegiatan bisnis adalah memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, sedangkan profitnya hanya merupakan konsekuensi logis yang akan muncul apabila konsumen puas.

Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian Rangkuti (2002:73). Faktor dari kepuasan konsumen sendiri terdiri dari beberapa dimensi diantaranya : 1. Kognitif yaitu kepercayaan seseorang mengenai apapun yang berlaku atau benar bagi objek sikap. 2. Afektif yaitu mengangkat masalah emosional objektif seseorang terhadap objek sikap. 3. Konatif yaitu menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada pada diri seseorang berkaitan dengan objek sikap.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan mengajukan judul skripsi “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kualitas Produk pada pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya ?.
2. Bagaimana Kepuasan Konsumen pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya ?.
3. Adakah pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi Kualitas Produk pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya .
2. Untuk mengetahui kondisi Kepuasan Konsumen pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya .
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 82 responden yaitu konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Bintaro Jaya

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 82 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk (X1)	82	28	44	34.10	4.014
Kepuasan Konsumen (Y)	82	29	49	38.04	4.206
Valid N (listwise)	82				

Kualitas Produk diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,41 dengan standar deviasi 4,014. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Kepuasan Konsumen diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,80 dengan standar deviasi 4,206. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	10.964	2.589		4.235	.000
Kualitas Produk (X)	.799	.076	.762	10.530	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 10,964 + 0,799X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 10,964 diartikan jika Kualitas Produk tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen sebesar 10,964 point.
- 2) Koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,799, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan Kualitas Produk sebesar 0,799 point maka Kepuasan Konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,799 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.
Correlations^b

		Kualitas Produk (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas Produk (X1)	Pearson Correlation	1	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,762 artinya Kualitas Produk memiliki hubungan yang kuat terhadap Kepuasan Konsumen.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.576	2.740

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,581 artinya Kualitas Produk memiliki kontribusi pengaruh sebesar 58,1% terhadap Kepuasan Konsumen.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.964	2.589		4.235	.000
Kualitas Produk (X)	.799	.076	.762	10.530	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10,530 > 1,990), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan jawaban responden, variabel Kualitas Produk diperoleh *rating score* sebesar 3,41 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen

Berdasarkan jawaban responden, variabel Kepuasan Konsumen diperoleh *rating score* sebesar 3,80 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 10,964 + 0,799X$, nilai korelasi sebesar 0,762 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 58,1%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($10,530 > 1,990$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel Kualitas Produk diperoleh *rating score* sebesar 3,41 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel Kepuasan Konsumen diperoleh *rating score* sebesar 3,80 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 10,964 + 0,799X$, nilai korelasi sebesar 0,762 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 58,1% sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($10,530 > 1,990$).

2. Saran

- Diharapkan kualitas produk yang sudah baik terus dipertahankan dan ditingkatkan supaya konsumen bisa merasa puas. Perusahaan lebih menerima masukan dari konsumen sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan lagi produknya sehingga pilihan yang tersedia pun semakin banyak dan beragam.
- Perlu diadakan survei pasar secara periodik, baik terhadap pelanggan maupun perusahaan pesaing. Pada akhirnya perusahaan selalu mengetahui apa yang di butuhkan (*Needs*), diinginkan (*Wants*) dan di harapkan (*Expectations*) oleh pelanggan, sehingga mampu menciptakan suatu kepuasan bagi pelanggan.
- Penelitian ini dapat dilanjutkan oleh penelitian lain dengan menggunakan variable independen yang lain.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). "*Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*". Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*". Jakarta: Rineka Cipta.
- Bashu Swastha dan T. Handoko (2015) *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta. Buchari Alma. 2014. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali (2017). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) "*Riset Sumber Daya Manusia*". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Kharis, Ismu Fadli (2011). "*Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*". Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro

- Kotler dan Amstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas”. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Philip Kotler dan Kevin Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.
- Rao, Purba, (2012). “*Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis*”, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). “*Menguasai Statistik Multivariat*”. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudjana (2014) “*Metode Statistika*”, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), “*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*”. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). “*Metode Riset Pemasaran*”. Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2016, October). Pengaruh Minat, Motivasi Dan Kecerdasan Kognitif Terhadap Prestasi Belajar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Pamulang. Thn. Akademik 2015-2016). In Proceedings (Vol. 1, No. 1).
- Sunarsi, D. (2017). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Mergolade Tangerang.
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi). Vol 2 No 3.

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMART BSD TANGERANG
SELATAN**

Aris Ariyanto^{1*}, Anum Nuryani², Denok Sunarsi³
Universitas Pamulang
[dosen02492@unpam.ac.id*](mailto:dosen02492@unpam.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 40,5%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($8,003 > 1,986$). Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 50,3%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($9,746 > 1,986$). *Store Atmosphere* dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 9,701 + 0,326X_1 + 0,441X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 55,9%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau ($59,045 > 2,700$).

Kata Kunci: Store Atmosphere, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Store Atmosphere and promotion on purchasing decisions at Alfamart BSD Tangerang Selatan. The method used is explanatory research with analysis techniques using statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study Store Atmosphere has a significant effect on purchasing decisions by 40.5%, hypothesis testing obtained t count $>$ t table or ($8.003 > 1.986$). Promotion has a significant effect on purchasing decisions by 50.3%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($9.746 > 1.986$). Store atmosphere and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 9,701 + 0,326X_1 + 0,441X_2$ and the contribution of the effect is 55,9%, hypothesis testing obtained F count $>$ F table or ($59,045 > 2,700$).

Keywords: Store Atmosphere, Promotion, Purchase Decision.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian dan perkembangan zaman khususnya Indonesia telah semakin modern, berdampak pada pergeseran budaya berbelanja masyarakat di Indonesia. Hal ini terlihat jelas dan dapat dibuktikan dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang dahulu berbelanja di pasar tradisional, namun pada saat ini masyarakat Indonesia lebih suka dan memilih berbelanja di pasar modern seperti hypermarket, minimarket dan lain-lain. Pergeseran tingkah laku dan pola konsumsi masyarakat yang berubah seperti saat ini seiring dengan peningkatan pendapatan masyarakat sehingga menyebabkan pula peningkatan pada kebutuhan masyarakat. Perilaku konsumen tersebut merupakan salah satu faktor yang dapat memicu berkembangnya bisnis retail modern di Indonesia. Maka dari itu hal tersebut menjadi peluang besar bagi para pembisnis khususnya retail modern.

Store atmosphere (suasana toko) adalah kegiatan mendesain lingkungan toko yang menarik dan memberikan kesan bagi konsumen. Utami (2006:229) menjelaskan bahwa mendesain toko dengan baik sama halnya membuat sebuah cerita yang menarik bagi pembaca, desain toko yang baik akan menarik keinginan konsumen untuk mengetahui lebih dalam segala sesuatu yang ditawarkan oleh toko tersebut. Suasana toko dapat dibangun melalui sistem pencahayaan, pengaturan tata letak, dan penataan atau pengaturan produk yang baik yang akan menarik konsumen.

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Menurut Utami (2006:31), promosi adalah penjualan terorganisasi yang memberikan konsumen sebuah insentif agar membeli produk tertentu, promosi yang dilakukan dengan memberikan insentif memiliki tujuan awal yaitu menarik minat konsumen.

Kegiatan promosi yang diadakan oleh Alfamart di BSD Tangerang Selatan merupakan salah satu cara yang dapat menarik pembelian konsumen bahkan menimbulkan pembelian tak terduga oleh konsumen. Kegiatan promosi yang diberikan cukup bervariasi mulai dari discount harga 50%, 20%, beli 1 gratis 1, beli 2 gratis 1, dan masih banyak lagi acara discount yang menarik lainnya. Harapan dengan adanya discount tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Alfamart serta mempengaruhi konsumen untuk semakin banyak berbelanja sehingga dapat menaikkan penjualan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart BSD Tangerang Selatan”.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh antara *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan ?
2. Adakah pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan ?
3. Adakah pengaruh secara simultan antara *Store Atmosphere* dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan.

2. Untuk mengetahui pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara *Store Atmosphere* dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Alfamart BSD Tangerang Selatan

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden Alfamart BSD Tangerang Selatan

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Store Atmosphere</i> (X1)	96	32	48	38.24	3.960
Promosi (X2)	96	30	47	38.56	3.879
Keputusan pembelian (Y)	96	31	47	39.06	3.673
Valid N (listwise)	96				

Store Atmosphere diperoleh *varians* minimum sebesar 32 dan *varians maximum* 48 dengan *mean score* sebesar 38,24 dengan standar deviasi 3,960.

Promosi diperoleh *varians* minimum sebesar 30 dan *varians maximum* 47 dengan *mean score* sebesar 38,56 dengan standar deviasi 3,879.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 47 dengan *mean score* sebesar 39,06 dengan standar deviasi 3,673.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.701	2.876		3.374	.001

<i>Store Atmosphere</i> (X1)	.326	.079	.375	4.141	.000
Promosi (X2)	.441	.086	.462	5.105	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,701 + 0,326X1 + 0,441X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,701 diartikan jika *Store Atmosphere* dan promosi tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 9,701 point.
- 2) Koefisien regresi *Store Atmosphere* sebesar 0,326, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan *Store Atmosphere* sebesar 0,326 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,326 point.
- 3) Koefisien regresi promosi sebesar 0,441, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan promosi sebesar 0,441 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,441 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan pembelian.
Correlations^b

		<i>Store Atmosphere</i> (X1)	Keputusan pembelian (Y)
<i>Store Atmosphere</i> (X1)	Pearson Correlation	1	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan pembelian (Y)	Pearson Correlation	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,637 artinya *Store Atmosphere* memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Promosi Terhadap Keputusan pembelian.
Correlations^b

		Promosi (X2)	Keputusan pembelian (Y)
Promosi (X2)	Pearson Correlation	1	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan pembelian (Y)	Pearson Correlation	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,709 artinya promosi memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi *Store Atmosphere* dan Promosi secara simultan Terhadap Keputusan pembelian.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.559	.550	2.464

a. Predictors: (Constant), Promosi (X2), *Store Atmosphere* (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,748 artinya *Store Atmosphere* dan promosi secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan pembelian.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.405	.399	2.848

a. Predictors: (Constant), *Store Atmosphere* (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,405 artinya *Store Atmosphere* memiliki kontribusi pengaruh sebesar 40,5% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.497	2.604

a. Predictors: (Constant), Promosi (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,503 artinya promosi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 50,3% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi *Store Atmosphere* dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.559	.550	2.464

a. Predictors: (Constant), Promosi (X2), *Store Atmosphere* (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,559 artinya *Store Atmosphere* dan promosi secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 55,9% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 44,1% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan pembelian.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.482	2.836		5.811	.000
<i>Store Atmosphere</i> (X1)	.591	.074	.637	8.003	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,003 > 1,986), dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Promosi Terhadap Keputusan pembelian. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	13.178	2.669		4.937	.000
Promosi (X2)	.671	.069	.709	9.746	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,746 > 1,986), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Store Atmosphere* dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis *Store Atmosphere* dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	716.981	2	358.490	59.045	.000 ^b
	Residual	564.644	93	6.071		
	Total	1281.625	95			

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (59,045 > 2,700), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Store Atmosphere* dan promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan pembelian

Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,637 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 40,5%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,003 > 1,986). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian diterima.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan pembelian

Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,709 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 50,3%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,746 > 1,986). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian

Store Atmosphere dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 9,701 + 0,326X_1 + 0,441X_2$, nilai korelasi sebesar 0,748 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 55,9% sedangkan sisanya sebesar 44,1% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (59,045 > 2,700). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara *Store Atmosphere* dan promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 40,5%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau ($8,003 > 1,986$).
- b. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 50,3%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau ($9,746 > 1,986$).
- c. *Store Atmosphere* dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 55,9% sedangkan sisanya sebesar 44,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau ($59,045 > 2,700$).

2. Saran

- a. Perusahaan harus menegakkan peraturan dengan baik sesuai dengan ketentuan yang berlaku guna menjamin pegawai diperlakukan dengan adil.
- b. Perusahaan harus selalu memberikan semangat dan apresiasi yang layak untuk memastikan pegawai memiliki semangat kerja yang tinggi.
- c. Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan memberdayakan pegawai dengan menegakkan peraturan yang baik dan pemberian promosi yang lebih inten lagi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2014). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta. *Disrupsi Bisnis*, 1(1).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Kharris, Ismu Fadli (2011). *“Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online”*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler dan Amstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas”. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.
- Rao, Purba, (2012). *“Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis”*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). *“Menguasai Statistik Multivariat”*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono (2017), *“Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D”*. Bandung: Alfabeta.

- Suhartanto (2014). "*Metode Riset Pemasaran*". Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2019). Pengaruh Kompetensi, Pengembangan Karir dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Boga Lestari Sentosa Indonesia (Kenny Rogers Roasters).
- Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2019). The Effect of Service Quality and Price Accuracy on Consumer Confidence and Implications for Sales Increase. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 101-110.
- Sunarsi, D., Winata, H., Gunartin, G., & Paeno, P. (2020). Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Desa Dalam Pengembangan Desa Cidokom Gunung Sindur Kabupaten Bogor. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3).
- Yusuf, A. D Sunarsi. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4 (2), 272-279

**PENGARUH MODAL KERJA TERHADAP PROFITABILITAS
PADA PT. JAPFA COMFEED INDONESIA. TBK
PERIODE TAHUN 2010-2019**

Asep Muhammad Lutfi^{1*}, Ria Rosalia Simangunsong², Yusni Nuryani³
Universitas Pamulang
[dosen02469@unpam.ac.id*](mailto:dosen02469@unpam.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal kerja terhadap profitabilitas pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk. Metode yang digunakan adalah explanatory research. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel Modal kerja diperoleh nilai rata-rata sebesar 3303 milyar. Variabel Return On Asset diperoleh nilai rata-rata 5,75%%. Modal kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap Return On Asset dengan nilai persamaan regresi $Y = 8,749 - 0,001X$, dan nilai koefisien korelasi -0,481 atau memiliki tingkat hubungan yang negatif sedang dengan nilai determinasi 23,2%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,159 > 0,05$.

Kata Kunci: Modal Kerja, Profitabilitas.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of working capital on profitability at PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk. The method used is explanatory research. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study, the working capital variable obtained an average value of 3303 billion. The return on asset variable obtained an average value of 5.75 %%. Working capital has no significant effect on Return On Assets with the regression equation value $Y = 8.749 - 0.001X$, and the correlation coefficient value is -0.481 or has a moderate negative relationship level with a determination value of 23.2%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.159 > 0.05$.

Keywords: Working Capital, Profitability.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perusahaan dalam mencapai suatu tujuannya harus dikelola dengan baik, pengelola keuangan yang baik akan memberikan pencapaian kinerja yang maksimal. Upaya untuk melaukan pengelolaan keuangan yang baik, yaitu dengan pengelolaan aset perusahaan secara efisien dan efektif. Penanggung jawab pengelola keuangan, atau dalam hal aset perusahaan yang meliputi aset lancar adalah manager keuangan. Aktiva lancar perusahaan merupakan aktiva yang harus diperhatikan dengan baik, karena memiliki perputaran yang lebih cepat dibandingkan dengan aktiva tetap.

Pengelolaan modal kerja merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan, karena berpengaruh dalam pengambilan keputusan mengenai jumlah dan komposisi aktiva lancar dan bagaimana membiayai aktiva ini. Perusahaan yang tidak dapat memperhitungkan tingkat modal kerja yang memuaskan, maka perusahaan akan mengalami *insolvency* (tidak mampu memenuhi kewajiban-kewajiban tunai yang telah jatuh tempo) yang memungkinkan perusahaan akan dilikuidasi. Aktiva lancar lebih besar dari pada hutang lancar akan membuat manajemen modal kerja yang positif, sehingga menggambarkan adanya tingkat keamanan (*margin safety*) yang memuaskan. Sementara itu jika perusahaan menetapkan modal kerja berlebih akan menyebabkan perusahaan *overlikuid* sehingga menimbulkan dana menganggur yang mengakibatkan inefisiensi perusahaan, dan membuang kesempatan memperoleh laba.

Menurut Kasmir (2011) dalam Bagus Mangdahita Sariyana, Fridayana Yudiatmaja dan I Wayan Suwendra (2016) modal kerja dapat diartikan sebagai investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau jangka pendek, seperti kas bank, surat-surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya. Modal kerja ini akan berputar setiap periodenya didalam perusahaan. Semakin pendek periode perputaran modal kerja akan lebih efisien dan dapat meningkatkan profitabilitas. Sebaliknya, semakin lama periode perputaran modal kerja maka profitabilitas perusahaan akan semakin menurun. Profitabilitas perusahaan juga sangat berhubungan dengan pengelolaan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga hal ini akan berkaitan dengan likuiditas perusahaan.

Dengan terus meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk makanan dan minuman maka setiap perusahaan harus memiliki kemampuan manajemen yang baik agar perusahaan yang dijalankan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang ada. Setiap perusahaan pastinya memiliki strategi demi meningkatkan penjualannya, dan strategi bagaimana untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk setiap tahunnya sehingga produk yang dihasilkan mampu memikat minat konsumen guna meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan secara terus menerus, dengan begitu maka profitabilitas perusahaan juga akan meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas dapat menggambarkan keberhasilan manajemen dalam menjalankan suatu perusahaan.

Berikut ini merupakan ringkasan data keuangan yang berhubungan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: Modal kerja, Likuiditas dan Profitabilitas.

Tabel 1. Modal kerja dan Return on Asset PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Periode 2010-2019

Tahun	Modal Kerja (Dalam Milyar)	Return on Asset (%)
2010	1572.707	5.28
2011	2169.661	13.42
2012	935.769	5.11
2013	786.237	7.69
2014	2905.609	9.8
2015	4643.121	4.29

2016	3792.87	2.49
2017	4251.484	3.06
2018	5561.954	1.13
2019	6419.685	5.25

Sumber: PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk

Berdasarkan tabel 1. diatas selama 10 tahun dari tahun 2008 sampai tahun 2017, pertumbuhan modal kerja yang dimiliki PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk mengalami perkembangan yang fluktuatif nominal tertinggi diperoleh pada tahun terakhir yaitu 2019 sebesar Rp. 6.419.685 dan pencapaian terendah terjadi pada tahun 2013 sebesar Rp. 786.237.

Kemudian sepanjang tahun 2010 sampai 2019 pertumbuhan *return on asset* PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk mengalami perkembangan yang berfluktuatif terlihat dari tingkat presentase ratio. Presentase tertinggi terjadi pada tahun 2011 mencapai 13,42% d

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio profitabilitas.

Pengertian profitabilitas menurut Agus Sartono (2010) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah suatu takaran yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada beberapa periode tertentu. Profitabilitas juga merupakan faktor penting dalam menilai tingkat kesehatan perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara efektif dan efisien. Perkembangan laba yang diperoleh perusahaan dapat diketahui melalui laporan keuangan perusahaan. Ada beberapa alat ukur yang dipergunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas, antara lain: *Return On Asset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)*. Dan didalam penelitian ini profitabilitas akan diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa terjadi ketidaksamaan anatara modal kerja dengan profitabilitas. Begitupun dengan tingkat likuiditas yang tidak sejalan dengan perkembangan profitabilitas. Kenyataan tersebut menyimpang dari teori yang ada, dimana secara teori apabila perusahaan memiliki tingkat modal kerja yang tinggi maka tingkat profitabilitasnya juga akan tinggi. Begitupun hubungannya dengan tingkat likuiditas yang diperoleh perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap tingkat profitabilitas. Oleh karena itu, perlu penelitian untuk mengetahui pengaruh penggunaan modal kerja dalam memperoleh laba serta tingkat likuiditas yang diperoleh dan ditinjau dari tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaannya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *Modal kerja* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk ?.
2. Bagaimana *Return On Asset* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk ?.
3. Adakah pengaruh antara *Modal kerja* terhadap *Return On Asset* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi *Modal kerja* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk.
2. Untuk mengetahui kondisi *Return On Asset* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *Modal kerja* terhadap *Return On Asset* pada PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini laporan keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk selama 10 tahun

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini laporan keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk selama 10 tahun.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Modal kerja</i> (X1)	10	786	6420	3303.91	1947.257
<i>Return On Asset</i> (Y)	10	1.13	13.42	5.7520	3.66993
Valid N (listwise)	10				

Modal kerja diperoleh nilai minimum sebesar 786 dan nilai *maximum* 6420 dengan rata-rata sebesar 3303,91 dengan standar deviasi 1947.257.

Return On Asset diperoleh nilai minimum sebesar 1,13 dan nilai *maximum* 13,42 dengan rata-rata sebesar 5,752 dengan standar deviasi 3,669.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.749	2.211		3.957	.004
<i>Modal kerja</i> (X)	-.001	.001	-.481	-1.553	.159

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 8,749 - 0,001X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 8,749 diartikan jika *Modal kerja* tidak ada, maka telah terdapat nilai *Return On Asset* sebesar 8,749 point.

- 2) Koefisien regresi *Modal kerja* sebesar -0,001, angka ini negatif artinya setiap ada penurunan *Modal kerja* sebesar -0,001 point maka *Return On Asset* juga akan mengalami penurunan sebesar -0,001 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi *Modal kerja* Terhadap *Return On Asset*.

		<i>Modal kerja</i> (X1)	<i>Return On Asset</i> (Y)
<i>Modal kerja</i> (X1)	Pearson Correlation	1	-.481
	Sig. (2-tailed)		.159
<i>Return On Asset</i> (Y)	Pearson Correlation	-.481	1
	Sig. (2-tailed)	.159	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar -0,481 artinya *Modal kerja* memiliki hubungan yang negatif sedang terhadap *Return On Asset*.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi *Modal kerja* Terhadap *Return On Asset*.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.481 ^a	.232	.136	3.41201

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,232 artinya *Modal kerja* memiliki kontribusi pengaruh sebesar 23,2% terhadap *Return On Asset*.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Modal kerja* terhadap *Return On Asset*.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis *Modal kerja* Terhadap *Return On Asset*.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.749	2.211		3.957	.004
<i>Modal kerja</i> (X)	-.001	.001	-.481	-1.553	.159

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung < t tabel atau (-1,553 < 2,306), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Modal kerja* terhadap *Return On Asset* diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel *Modal kerja*

Berdasarkan data empiris dan analisis data, variabel *Modal kerja* diperoleh nilai rata-rata

per tahun sebesar 3.303 milyar.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel *Return On Asset*

Berdasarkan data empiris dan analisis data, variabel *Return On Asset* diperoleh nilai rata-rata per tahun sebesar 5,75%.

3. Pengaruh *Modal kerja Terhadap Return On Asset*

Modal kerja berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* dengan persamaan regresi $Y = 8,749 + -0,001X$, nilai korelasi sebesar -0,481 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 23,2%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (-1,553 > 2,306). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara *Modal kerja* terhadap *Return On Asset* diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel *Modal kerja* diperoleh nilai rata-rata per tahunnya sebesar 3303 milyar.
- Variabel *Return On Asset* diperoleh nilai rata-rata per tahunnya sebesar 13,42%.
- Modal kerja* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* dengan persamaan regresi $Y = 8,749 - 0,001X$, nilai korelasi sebesar -0,481 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 23,2% sedangkan sisanya sebesar 76,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung < t tabel atau (-1,553 < 2,306).

2. Saran

- Perusahaan harus mencermati kondisi keuangan agar kondisi perusahaan memiliki tingkat resiko investasi yang perlu dicermati sehingga berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.
- Agar tidak terjadi penurunan return on asset (ROA) perusahaan harus mencermati potensi pertumbuhan harga saham yang cenderung dinamis membuat investor menghadapi resiko investasi terhadap perusahaan bila tidak di cermati.
- Investor selalu mengharapkan harga saham yang naik agar mendapat keuntungan saham yang lebih besar

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Agus Harjito & Martono, (2010) "*Manajemen Keuangan*" Yogyakarta: Penerbit Ekonisia.
- Algifari. (2015). "*Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*". Yogyakarta: BPF.
- Arikunto, Suharsimi (2014). "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*". Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang Riyanto, (2011). "*Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*". Edisi ke empat, BPF Yogyakarta.
- Fahmi, Irham (2012), "*Pengantar Manajemen Keuangan*" Cetakan pertama. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Imam Ghozali (2017). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) "*Riset Sumber Daya Manusia*". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham (Analisis Pada Perusahaan Property dan Real Estate Yang Go Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 12(2).
- Jasmani, J. (2019). The Effect of Liquidity and Working Capital Turnover on Profitability at PT. Sumber Cipta Multiniaga, South Jakarta. *PINISI Discretion Review*, 3(1), 29-38.
- Jasmani, Jasmani, and Denok Sunarsi. "The Influence of Product Mix, Promotion Mix and

- Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang." *PINISI Discretion Review* 1.1 (2020): 165-174.
- Kasmir (2010), "Analisis Laporan keuangan", penerbit raja grafindo persada, Jakarta
- Kasmir. (2012) "*Pengantar Manajemen Keuangan*", Edisi Pertama, Cetakan kedua, Jakarta: Prenada Media.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). "*Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*". Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Martono dan Agus Harjito, (2011). "*Manajemen Keuangan*", Jakarta: Penerbit Ekonisia..
- Munawir (2010), "Analisis Laporan Keuangan", Edisi Ke Empat, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Nuryani, Y. D Sunarsi. (2020). The Effect of Current Ratio and Debt to Equity Ratio on Deviding Growth. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)* 4 (2), 304-312.
- Santoso, Singgih (2015). "*Menguasai Statistik Multivariat*". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sartono, "*Manajemen Keuangan Aplikasi Dan Teori*", Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta, 2008.
- Sawir, (2003). "*Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*", Cetakan ketiga, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyarso, G. dan F. Winarni, "*Manajemen Keuangan (Pemahaman Laporan Keuangan, Pengelolaan Aktiva, Kewajiban dan Modal serta Pengukuran*
- Sugiyono (2017), "*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*". Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2019). The Effect of Service Quality and Price Accuracy on Consumer Confidence and Implications for Sales Increase. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 101-110.
- Sunarsi, D., & Kusjono, G. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik, Konflik Dan Turn Over Intention Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada CV. Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(3).
- Susanti, N., Latifa, I., & Sunarsi, D. (2020). The Effects of Profitability, Leverage, and Liquidity on Financial Distress on Retail Companies Listed on Indonesian Stock Exchange. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 45-52.

**PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN PENGEMBANGAN
KARIER KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA
PT. TELKOM INDONESIA PERSERO. Tbk**

Bachtiar Arifudin Husain
Universitas Pamulang
dosen01773@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Lingkungan Kerja (x_1) terhadap Kinerja Karyawan (y), pengaruh Pengembangan Karyawan (x_2) terhadap Kinerja Karyawan (y) dan pengaruh Lingkungan Kerja (x_1) dan Pengembangan Karyawan (x_2) secara bersama-sama terhadap Kinerja Karyawan (y) PT. Telkom Indonesia persero.Tbk , dimana variabel independen yang diteliti adalah Lingkungan Kerja (x_1) dan Pengembangan Karyawan (x_2), sedangkan variabel dependennya adalah Kinerja Karyawan (y)

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang diambil yaitu karyawan PT. Telkom Indonesia persero. Tbk di Jakarta Selatan yang berjumlah 73 orang dan teknik sampel yang digunakan adalah sampel jenuh yang seluruh populasi merupakan sampel dalam penelitian ini. Teknik Pengujian yang digunakan meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Autokolerasi), Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Korelasi Product Moment, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis (Uji T, Uji F).

Hasil penelitian data menunjukkan bahwa Lingkungan Kerja (x_1) dan Pengembangan Karyawan (x_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kinerja Karyawan (y) pada PT. Telkom Indonesia persero.Tbk Dari hasil uji t menunjukkan nilai hasil uji t (parsial) pada variabel Lingkungan Kerja (x_1) menunjukkan $t_{hitung} (3.231) > t_{tabel} (1.994)$ dengan nilai sig $0.037 < 0.05$ dan variabel Pengembangan Karyawan (x_2) menunjukkan $t_{hitung} (3.441) > t_{tabel} (1.994)$ dengan nilai sig $0.000 < 0.05$ serta dari hasil uji f secara simultan antara menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} (17.363) > f_{tabel} (3.13)$ dan nilai sig $(0.000) < 0.005$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima artinya baik secara parsial maupun simultan Lingkungan Kerja (x_1) dan Pengembangan Karir Karyawan (x_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (y) pada PT. Telkom Indonesia persero.Tbk dan Melalui pengujian koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0.332 sama dengan 33.2% sedangkan sisanya 66.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Lingkungan Kerja, Pengembangan Karier Karyawan dan Kinerja Karyawan.

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of the Work Environment (x1) on Employee Performance (y), the influence of Employee Development (x2) on Employee Performance (y) and the influence of Work Environment (x1) and Employee Development (x2) together on Performance. Employees (y) of PT. Telkom Indonesia persero. Tbk, where the independent variables studied are Work Environment (x1) and Employee Development (x2), while the dependent variable is Employee Performance (y)

The method used for this research is an associative method with a quantitative approach. The population taken is the employees of PT. Telkom Indonesia persero. Tbk in South Jakarta, amounting to 73 people and the sample technique used is a saturated sample where the entire population is the sample in this study. The testing techniques used include Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test (Normality, Multicollinearity, Heteroscedasticity, Autocoleration), Multiple Linear Regression Analysis, Product Moment Correlation Coefficient, Determination Coefficient and Hypothesis Test (T Test, F Test).

The results of the data research indicate that the Work Environment (x1) and Employee Development (x2) have a positive and significant effect on Employee Performance (y) at PT. Telkom Indonesia persero. Tbk From the results of the t test shows the value of the t test (partial) on the Work Environment variable (x1) shows tcount (3.231) > t table (1.994) with a sig value of 0.037 < 0.05 and the Employee Development variable (x2) shows tcount (3.441) > t table (1.994) with a sig value of 0.000 < 0.05 and the results of the f test simultaneously show that the value of fcount (17.363) > ftable (3.13) and the value of sig (0.000) < 0.005 so that Ho is rejected and Ha is accepted, it means that both partially or simultaneously Work Environment (x1) and Employee Career Development (x2) have a positive and significant effect on Employee Performance (y) at PT. Telkom Indonesia persero. Tbk and through testing the coefficient of determination (R2) obtained 0.332 equal to 33.2% while the remaining 66.8% is influenced by other factors not examined.

Keywords: *Work Environment, Employee Career Development and Employee Performance.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kinerja yang baik adalah yang sesuai standar organisasi dan mendukung tercapainya tujuan organisasi. Organisasi yang baik adalah organisasi yang berusaha meningkatkan kemampuan sumber daya manusianya, karena hal tersebut merupakan faktor kunci untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Menurut Bangun (2013:231) Kinerja adalah hasil pekerjaan yang dicapai karyawan berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan. Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan merupakan tantangan manajemen yang paling serius karena keberhasilan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan hidup organisasi tergantung pada kualitas kinerja sumber daya manusia yang ada didalamnya. dengan berkembangnya waktu, dalam organisasi dituntut untuk dapat berkembang dan memberikan pelayanan yang terbaik termasuk organisasi.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kinerja diantaranya adalah lingkungan kerja. Menurut Subekhi dan Jauhar (2013:34) lingkungan kerja sebagai seluruh elemen yang terdapat diluar batas-batas organisasi, yang mempunyai potensi untuk mempengaruhi bagian ataupun organisasi secara keseluruhan. Lingkungan kerja akan mempengaruhi para karyawan langsung maupun tidak langsung yang dapat mempengaruhi produktifitas organisasi. Sebaliknya lingkungan kerja yang tidak baik akan menurunkan kinerja para karyawan dan secara tidak langsung juga menurunkan produktifitas organisasi. Selanjutnya faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja adalah pengembangan karyawan. menurut Hasibuan (2017:69) menyatakan pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pengembangan karyawan pada organisasi sangatlah dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan, dan moral karyawan sesuai kebutuhan melalui pendidikan dan pelatihan. dimana arus informasi dan perubahan begitu cepat dan kompleks, karyawan dituntut harus memiliki pengetahuan (*knowledge*) dan kemampuan (*ability*) memadai.

Berdasarkan observasi diketahui bahwa kondisi lingkungan kerja yang kurang kondusif serta minimnya pengembangan karyawan sangat berpengaruh dalam bekerja sehingga terlihat jelas dampak negatif yang membuat menurunnya kinerja karyawan. Di perusahaan tersebut tidak ada laporan mengenai kondisi lingkungan kerja, bagaimana keamanan dan kenyamanan serta tidak ada data yang menjelaskan apakah ada kecelakaan kerja atau tidak. Walaupun dari pengamatan langsung banyak info kecelakaan kerja tetapi tidak pernah didata atau dilaporkan. Ini tentunya sangat mempengaruhi kinerja kerja karyawan APJII. Karena tidak ada kepastian jaminan akan kondisi lingkungan kerjanya.

Tabel 1. Total Karyawan APJII Berdasarkan Tahun 2018

No	Level Organisasi	Jumlah Karyawan
1	Badan Pengurus Harian (BPH)	42
2	Koordinator	2
3	Kepala BPH	1
4	Dewan Pengurus	21
5	Dewan Pengawas	7
Total		73

Sumber: APJII Kantor Kuningan, 2018

Berdasarkan data yang dihimpun oleh peneliti saat melakukan observasi, jumlah karyawan APJII sebanyak 73 karyawan. Pemilihan subjek ini karena peneliti ingin mengetahui pengembangan karir karyawan dalam peningkatan kinerja perusahaan.

Dilihat dari tabel dimana posisi pengurus harian jumlahnya sangat banyak yaitu 42 sedangkan koordinator hanya 2 orang, tentunya ini menyulitkan dalam pengawasan operasional kerja setiap harinya. Dan menurut pendapat peneliti disini ada masalah dalam pengembangan karir karyawan. Pengembangan karir sangat penting didalam memotivasi karyawan dalam bekerja, tanpa motivasi yang tinggi maka kecil kemungkinan kinerja karyawan akan tercapai. Hal ini diperkuat dengan data-data yang penulis dapatkan dari manajemen APJII. Berikut data yang didapat

Tabel 2. Data Promosi Karyawan APJII Berdasarkan Tahun 2018

No	Tahun	Jumlah Karyawan	Jumlah Promosi	Presentase %
1	2016	73	15	20,5%
2	2017	73	20	27,5%
3	2018	73	24	32,9%

Sumber : APJII Kantor Kuningan, 2018

Berdasarkan tabel 2. diatas, selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2018, didalam perusahaan tersebut ada promosi, namun lebih banyak promosi dalam hal kompensasi bukan kenaikan jabatan. Sehingga pengembangan karir di Assosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia terlihat tidak berjalan dengan baik.

Tabel 3. Pengukuran Penilaian kinerja APJII Tahun 2018

No	Komponen	Jumlah Pencapaian Pengukuran		
		Mencapai Target	Tidak Mencapai Target	Persentase Tidak Mencapai Target (%)
1	Kualitas Pelayanan	45	28	38,4%
2	Hubungan Pelayanan	50	23	31,5%
3	Ketegasan	63	10	13,7%
4	Integritas	55	18	24,7%
5	Kerjasama	58	15	20,5%
6	Kepimpinan	57	16	21,9%
7	Motivasi Karyawan	43	30	41,1%
8	Pencapaian Kerja	47	20	27,4%
9	Prestasi Kerja	47	26	35,6%
10	Tanggung Jawab	59	14	19,2%

Sumber : APJII Kantor Kuningan, 2018

Berdasarkan tabel 3. Kinerja Karyawan yang di dalam Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) belum mencapai target yang diharapkan, bahkan di komponen motivasi kerja mencapai 41%. Banyak masalah yang mempengaruhi motivasi karyawan, dapat dari lingkungan kerjanya, kejelasan dari karirnya, kompensasi dan banyak hal lain yang mempengaruhinya. Dengan hasil penilaian seperti itu dapat dikatakan kualitas dan kuantitas pekerjaan karyawan belum sesuai harapan. Otomatis prestasi kerja karyawan tidak bisa dicapai, ini terlihat dari tabel kinerja dimana prestasi kerja yang belum dicapai adalah 35,6%. Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Pengembangan Karier Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)”**.

B. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Persero. Tbk?
- b. Bagaimana pengaruh pengembangan karyawan terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Persero. Tbk?
- c. Bagaimana pengaruh lingkungan kerja dan pengembangan karyawan secara simultan terhadap kinerja PT. Telkom Indonesia Persero. Tbk?

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Telkom Indonesia Persero. Tbk.
- b. Untuk mengetahui Pengembangan Karyawan terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Persero. Tbk.
- c. Untuk mengetahui Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Pengembangan Karyawan secara simultan Terhadap Kinerja Karyawan PT. Telkom Indonesia Persero. Tbk.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi diatas penulis dapat mengambil kesimpulan populasi bukan sekedar jumlah tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki subjek atau objek. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang berjumlah 73 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:215) yaitu “Sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan menurut Suharsini Arikunto (2014:131), berpendapat bahwa “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 73 responden.

III. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan menyebarkan kuesioner kepada karyawan PT. Telkom Indonesia Persero. Tbk.

a. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2016:145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dalam hal ini penulis melaksanakan pengamatan langsung terhadap PT. Telkom Indonesia Persero. Tbk. dimana pengamatan terbatas pada pokok permasalahan sehingga perhatian lebih fokus kepada data (*riil*) dan relevan.

b. Angket atau Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016:142) Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada kuesioner kepada responden untuk memberinya jawaban yang dijawab oleh responden. Kuesioner yaitu sejumlah pernyataan yang diajukan kepada responden

secara tertulis. Daftar pernyataan ditujukan terutama yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian ini menyertakan keseluruhan jumlah populasi sebagai sampel. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pertanyaan dengan jawaban mengacu pada skala *likert*: Sangat Tidak Setuju (bobot 1), Tidak Setuju (bobot 2), Kurang Setuju (bobot 3), Setuju (bobot 4) dan Sangat Setuju (bobot 5)

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:137) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misalnya, orang lain, dokumen maupun informasi data. Selain itu, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber media dan elektronik seperti internet (bahan dari objek penelitian). Data sekunder dalam penelitian ini mencakup data historis sejarah perusahaan, jumlah karyawan, layanan dan hal lain yang menunjang materi penulisan. Selanjutnya menurut Sugiyono (2017:140) “Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang diteliti dan penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur ilmiah”. Dalam penelitian ini studi kepustakaan dilakukan dengan mencari landasan teoritis yang berhubungan dengan judul penelitian.

3. Analisis Data

a. Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2016:147) berpendapat “Dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan pengumpulan data dari sumber-sumber yang diperoleh”. Kegiatan dalam analisis data adalah dengan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi data berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk mengetahui keberpengaruhannya serta menguji hipotesis yang telah diajukan.

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:168) valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapat data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk menguji validitas setiap instrumen, rumus yang digunakan adalah koefisien korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi (r-hitung)

n = Sampel

X = Skor setiap butir pernyataan varians X

Y = Skor setiap butir pernyataan varians Y

$\sum X$ = Jumlah butir pernyataan varians

$\sum y$ = Jumlah butir pernyataan varians Y

2) Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2016:168), menyatakan bahwa reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu variable yang mengukur suatu konsep untuk mengakses dari suatu pengukuran. Sugiyono (2016:168) menyatakan uji realibilitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden konsisten atau stabil. Pengujian realibilitas ini menggunakan rumus

Cronbach Alpha. Suatu variabel penelitian dikatakan reliable apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika Cronbach Alpha > 0.6 dikatakan reliable
- 2) Jika Cronbach Alpha < 0.6 dikatakan unreliable

b. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, untuk pembobotan data, peneliti menggunakan skala pengukuran. Menurut Sugiyono (2016:95). Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam pengukuran akan menghasilkan data.

c. Analisis Verikatif

Analisis Kuantitatif adalah penelitian untuk menilai kondisi dari nilai pengaruh, dan signifikansi pengaruh tersebut. Menurut Sugiyono (2016:55) metode verikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian dari hasil ini akan memberikan jawaban awal dari rumusan masalah mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

d. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan sebuah data. Menurut Singgih Santoso (2015:342) berpendapat sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelumnya digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik.

e. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menentukan apakah suatu hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono (2016:213) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan dalam sebuah kuesioner. Jika asumsi atau dugaan tersebut di khususkan mengenai populasi tersebut yang dipelajari adalah data sampel. Hipotesis merupakan dugaan yang dibuat untuk suatu hal untuk menjelaskan hal tersebut.

f. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah bagian dari keragaman total variabel Y (terikat) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel X_1 dan X_2 (bebas), yaitu koefisien yang mengukur besarnya presentase kontribusi variasi X_1 dan X_2 terhadap Y

g. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2013:99) uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan uji F test yaitu dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel.

h. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis Lingkungan Kerja dan Pengembangan Karyawan terhadap Kinerja Karyawan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Menurut Sugiyono (2016:277), Regresi berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat. Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan.

Berdasarkan tanggapan responden atas pernyataan variabel lingkungan kerja menunjukkan hasil baik yang diindikasikan dengan jawaban responden sangat setuju dan setuju sebesar 84% dengan skor rata-rata 4,06.

Menurut Subekhi dan Jauhar (2013:34) lingkungan kerja sebagai seluruh elemen yang terdapat diluar batas-batas organisasi, yang mempunyai potensi untuk mempengaruhi bagian ataupun organisasi secara keseluruhan. Dan menurut penelitian terdahulu “Ni Made rena P, Yuyu Indrawati dan I GPB Sasrawan M, yang berjudul Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT Mitra Global Holiday Jimbaran Bali, dapat disimpulkan bahan lingkungan kerja memiliki hubungan dan pengaruh yang positif terhadap kinerja karyawan”.

Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, dapat diketahui Lingkungan Kerja memiliki koefisien beta bernilai positif sebesar 3,321 dengan t_{hitung} sebesar 3,321 dan dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan demikian maka dari hasil pengujian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

2. Pengaruh Pengembangan karyawan Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan tanggapan responden atas pernyataan variabel Pengembangan Karyawan menunjukkan hasil baik yang diindikasikan dengan jawaban responden sangat setuju dan setuju sebesar 78% dengan skor rata-rata 3,90.

Menurut Hasibuan (2017:69) menyatakan pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Dan menurut penelitian terdahulu “Abu Bakar, dkk (2016) Jurnal Manajemen yang berjudul Pengaruh Pengembangan Karyawan Terhadap Kinerja Pada Bank Sulselbar Cabang Palopo, dapat disimpulkan bahwa Pengembangan Karyawan berpengaruh signifikan terhadap kinerja”.

Berdasarkan uji hipotesis Pengembangan Karyawan memiliki koefisien beta bernilai positif sebesar 3,441, dengan nilai hasil t_{hitung} sebesar 3,441 dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa pengembangan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

3. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Pengembangan Karyawan Secara Bersama-sama Terhadap Kinerja Karyawan.

Berdasarkan tanggapan responden atas pernyataan variabel kinerja karyawan menunjukkan hasil sangat baik yang diindikasikan dengan jawaban responden sangat setuju dan setuju sebesar 73% dengan skor rata-rata 3,84.

Menurut Bangun (2013:231) Kinerja adalah hasil pekerjaan yang dicapai karyawan berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan. Dan menurut penelitian terdahulu “Octo Bayu Putra W, Jantje L Sepanh, dan Sjendry SR Loindong Jurnal yang berjudul Pengaruh Lingkungan Kerja, Pelatihan, dan Pemberdayaan Sumber daya Manusia Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Bank Sulutgo, dapat disimpulkan bahwa secara simultan lingkungan kerja, pelatihan dan pemberdayaan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan. Lingkungan kerja secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja sedangkan pelatihan dan pemberdayaan sumber daya manusia secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja”.

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis menggunakan uji F. nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $17,363 > 3,13$, hal ini juga diperkuat dengan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hal ini

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara lingkungan kerja dan pengembangan karyawan terhadap kinerja karyawan.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Pengembangan Karier Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telkom Indonesia persero.Tbk, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dengan uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($3,231 > 1,994$) dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia persero.Tbk.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengembangan karyawan terhadap kinerja karyawan dengan uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($3,441 > 1,994$) dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengembangan karyawan terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia persero.Tbk

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan kerja dan pengembangan karyawan terhadap kinerja karyawan dengan diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 5,586 + 0,397X_1 + 0,438X_2$. Nilai konstanta sebesar 5,586 dan koefisien regresi X_1 0.397 dan X_2 0,438 dimana koefisien regresi angkanya bernilai positif. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,576 atau memiliki pengaruh yang sedang dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,332 atau 33,2% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 33,2\%) = 66,8\%$ dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($17,363 > 3,13$) hal ini juga diperkuat dengan p value $<$ Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan kerja dan pengembangan karier karyawan terhadap kinerja karyawan pada PT. Telkom Indonesia persero.Tbk

2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan sebagai bahan masukan untuk PT. Telkom Indonesia persero.Tbk sebagai bahan pertimbangan dalam memberikan kebijakan-kebijakan dimasa yang akan datang terkait dengan masalah-masalah yang ditemukan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang akan penulis berikan adalah sebagai berikut:

Variabel lingkungan kerja, indikator yang paling lemah adalah suara bising dimana hanya mencapai score 3,78. Untuk lebih baik lagi perusahaan harus bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dan memperbaiki kembali agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang maksimal dan juga harus bekerja sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Variabel pengembangan karyawan, indikator yang paling lemah adalah kedisiplinan karyawan dimana hanya mencapai score 3,88. Untuk lebih baik lagi perusahaan harus bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang maksimal dan juga harus bekerja sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Variabel kinerja karyawan, indikator yang paling lemah adalah ketepatan waktu dimana hanya mencapai score 3,53. Untuk lebih baik lagi perusahaan harus bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang maksimal dan juga harus bekerja sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Pengaruh lingkungan kerja dan pengembangan karyawan terhadap kinerja karyawan sebesar 33,2% nilai ini masih dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan sumber daya manusia yang lebih kompeten dalam bidangnya, bekerja secara tim dengan baik dan dan berdisiplin tinggi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M (2014) *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Dessler, G. (2006.) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Jilid II)*. Jakarta: Indeks.
- George Terry R & Rue, Leslie W. Rue (2016) *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta Bumi Aksara.
- Gerry Dessler (2016) *Human Resources Management*, Prenticehall, London: International Inc.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Imam Ghozali (2017). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) “*Riset Sumber Daya Manusia*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J., & Paeno, P. (2019). The Effect of Leadership and Competence on Lecturer Performance and Its Implications on Student Learning Motivation at Pamulang University. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(4).
- Luthans Fred (2014) *Organizational Behavior*, Ney York: McGraw-Hill, New York.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2016). *Evaluasi Kinerja SDM*. Cetakan ke tujuh, PT Refika Aditama: Bandung.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.
- Robbins, P.S, & Judge, A.T. (2003). *Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2017), “*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2018). Buku Ajar: Seminar Perencanaan Sumber Daya Manusia. Tangerang Selatan: Asmoro Mediatama
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 – 194
- Veithzal Rivai (2015) *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wibowo (2015) *Manajemen Kinerja*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

**PENGARUH KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN
PADA PT. MEGAPRIMA DI JAKARTA**

Dede Andi^{1*}, Hafis Laksmana Nuraldy², Imbron³
Universitas Pamulang
dosen02463@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT. Megaprima di Jakarta. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan sampel sebanyak 95 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel kepemimpinan diperoleh rata-rata skor sebesar 3,41 dengan kriteria baik. Variabel kinerja karyawan diperoleh rata-rata skor sebesar 3,83 dengan kriteria baik. Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 7,678 + 0,899X$, dan nilai korelasi 0,787 atau kuat dengan determinasi 61,9%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kepemimpinan, Kinerja Karyawan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of leadership on employee performance at PT. Megaprima in Jakarta. The method used is explanatory research with a sample of 95 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study, the leadership variable obtained an average score of 3.41 with good criteria. Employee performance variables obtained an average score of 3.83 with good criteria. Leadership has a significant effect on employee performance with the regression equation $Y = 7.678 + 0.899X$, and a correlation value of 0.787 or strong with a determination of 61.9%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Leadership, Employee Performance.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manajemen adalah ilmu seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Melihat perubahan lingkungan organisasi yang semakin kompleks dan kompetitif, masyarakat perusahaan untuk bersikap lebih responsif agar tetap bertahan. Setiap organisasi dituntut untuk siap menghadapi perkembangan teknologi, kebutuhan konsumen, dan persaingan yang ketat dengan perusahaan lain. Perusahaan yang ingin tetap bertahan harus menghadapi perubahan tersebut dengan strategi masing-masing, salah satu strategi tersebut adalah dengan meningkatkan kinerja karyawannya. Dengan mempertahankan kinerja karyawan tetap tinggi, maka kemungkinan besar perusahaan juga akan mampu bertahan dan berkembang.

Sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Pada hakekatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai penggerak untuk mencapai tujuan organisasi itu.

Pengertian SDM secara mikro adalah individu yang bekerja dan menjadi anggota suatu perusahaan atau institusi dan biasa disebut sebagai karyawan, buruh, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain sebagainya. Sedangkan pengertian SDM secara makro adalah penduduk suatu negara yang sudah memasuki usia angkatan kerja, baik yang belum bekerja maupun yang sudah bekerja.

Secara garis besar, pengertian Sumber Daya Manusia adalah individu yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik institusi maupun perusahaan dan berfungsi sebagai aset yang harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya.

Marwansyah (2010:3), Sumber Daya Manusia adalah sebagai pendayagunaan sumber daya manusia didalam organisasi, yang dilakukan melalui fungsi-fungsi perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen dan seleksi, pengembangan sumber daya manusia, perencanaan dan pengembangan karir, pemberian kompensasi dan kesejahteraan, keselamatan dan kesehatan kerja, dan hubungan industrial.

Kinerja karyawan yang meningkat merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efektivitas organisasi dalam mengelola sumberdaya manusianya. Dan merupakan faktor yang penting dalam mendorong produktivitas perusahaan, sehingga kinerja karyawan penting untuk ditingkatkan. Tujuan perusahaan tidak akan tercapai tanpa kinerja yang baik dari karyawannya.

Kemampuan profesional karyawan dapat ditingkatkan dengan melakukan pembinaan-pembinaan dan pelajaran dalam tindakan nyata. Upaya peningkatan kemampuan profesional karyawan ini penting dilakukan agar peningkatan kerja dan loyalitas karyawan dapat menjadi kenyataan.

Kepemimpinan menurut Bush (Usman,2011:281) yaitu mempengaruhi tindakan orang lain untuk mencapai tujuan akhir yang diharapkan. Dan menurut Sanusi (Usman, 2011:280) Kepemimpinan yaitu penyatupaduan dari kemampuan, cita-cita, dan semangat kebangsaan dalam mengatur, mengendalikan, dan mengelola rumah keluarga maupun organisasi atau rumah tangga negara. Menurut kunci dalam pencapaian tujuan perusahaan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya tidak lepas dari kemampuan pemimpinnya dalam mengelola sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan. Sumberdaya tersebut termasuk karyawan yang bekerja di perusahaan. Kepemimpinan dalam perusahaan turut berperan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan dan kepemimpinan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja

seseorang dalam organisasi. Sutrisno (2009:7) mempunyai definisi sebagai suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan atas pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan secara terpadu.

Dalam memimpin sebuah organisasi, seorang pemimpin menggunakan cara-cara atau gaya kepemimpinan.

Ada tiga macam gaya kepemimpinan yaitu gaya kepemimpinan otoriter, demokrasi dan bebas. Gaya kepemimpinan otoriter adalah gaya kepemimpinan yang bersifat otoriter, dimana setiap keputusan berasal dari atasan dan bawahan menjalankan tugasnya sesuai dengan perintah atasan. Gaya kepemimpinan demokrasi ditandai dengan adanya kerjasama antara atasan dengan bawahan, pengambilan keputusan bersifat kooperatif. Gaya kepemimpinan bebas yaitu kepemimpinan dimana pemimpin memberikan kekuasaan penuh kepada bawahan, pemimpin bersifat pasif.

Wahyudi (2009:120) Kepemimpinan adalah sebagai kemampuan seseorang dalam menggerakkan, mengarahkan sekaligus mempengaruhi pola pikir, cara kerja setiap anggota agar bersikap mandiri dalam bekerja terutama dalam pengambilan keputusan untuk kepentingan percepatan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Terjadinya permasalahan yang penulis teliti ada beberapa masalah yang pertama terjadinya kurangnya kepemimpinan dalam bekerja secara efektif, hal tersebut dipengaruhi karena kepemimpinan yang kurang tegas dalam memberi arahan atau tanggung jawab kepada karyawannya, absensi jam keberangkatan dan pulang karyawan yang kurang diwaspadai. Kedua kinerja karyawan yang kurang optimal hal tersebut dipengaruhi kepemimpinan yang kurang memberikan motivasi pada karyawan. Ketiga kurangnya tingkat pengetahuan yang terkait dengan tugas pekerjaan dan akan berpengaruh terhadap kuantitas dan kualitas dari hasil kerja hal tersebut dipengaruhi kurangnya diadakannya pelatihan terhadap karyawan itu sendiri. Keempat kepemimpinan belum mengarahkan motivasi karyawan dipengaruhi adanya karyawan yang kurang optimal dalam bekerja dan hasil yang diberikan kurang efektif untuk perusahaan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kepemimpinan pada PT. Megaprima di Jakarta ?.
2. Bagaimana kinerja karyawan pada PT. Megaprima di Jakarta ?.
3. Adakah pengaruh antara kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT. Megaprima di Jakarta ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi kepemimpinan pada PT. Megaprima di Jakarta ?.
2. Untuk mengetahui kondisi kinerja karyawan pada PT. Megaprima di Jakarta ?.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT. Megaprima di Jakarta ?.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 95 responden PT. Megaprima di Jakarta

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, *rating score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepemimpinan (X1)	95	28	44	34.07	3.714
Kinerja Karyawan (Y)	95	30	49	38.29	4.240
Valid N (listwise)	95				

Kepemimpinan diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,41 dengan standar deviasi 3,714.

Kinerja karyawan diperoleh *varians* minimum sebesar 30 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,83 dengan standar deviasi 4,240.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.678	2.503		3.068	.003
Kepemimpinan (X)	.899	.073	.787	12.304	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 7,678 + 0,899X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 7,678 diartikan jika kepemimpinan dan motivasi tidak ada, maka telah terdapat nilai kinerja karyawan sebesar 7,678 point.
- 2) Koefisien regresi kepemimpinan sebesar 0,899, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kepemimpinan sebesar 0,899 maka kinerja karyawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,899 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial

maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan.
Correlations^b

		Kepemimpinan (X1)	Kinerja Karyawan (Y)
Kepemimpinan (X)	Pearson Correlation	1	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kinerja Karyawan (Y)	Pearson Correlation	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=95

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,787 artinya kepemimpinan memiliki hubungan yang kuat terhadap kinerja karyawan.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.619	.615	2.629

a. Predictors: (Constant), Kepemimpinan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,619 artinya kepemimpinan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 61,9% terhadap kinerja karyawan.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepemimpinan terhadap kinerja karyawan.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan.
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.678	2.503		3.068	.003
Kepemimpinan (X)	.899	.073	.787	12.304	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,304 > 1,986), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepemimpinan terhadap kinerja karyawan diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kepemimpinan

Berdasarkan jawaban responden, variabel kepemimpinan diperoleh *rating score* sebesar 3,41 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kinerja Karyawan

Berdasarkan jawaban responden, variabel kinerja karyawan diperoleh *rating score*

sebesar 3,83 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan

Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai korelasi sebesar 0,787 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 61,9%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($12,304 > 1,986$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kepemimpinan terhadap kinerja karyawan diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel kepemimpinan diperoleh *rating score* sebesar 3,41 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel kinerja karyawan diperoleh *rating score* sebesar 3,83 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai korelasi sebesar 0,787 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 61,9% sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($12,304 > 1,986$).

2. Saran

- Pimpinan hendaknya selalu memberikan bimbingan kepada karyawan menyelesaikan pekerjaan.
- Perusahaan harus melakukan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan skill karyawan sehingga mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M (2014) *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Dessler, G. (2006.) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Jilid II)*. Jakarta: Indeks.
- George Terry R & Rue, Leslie W. Rue (2016) *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta Bumi Aksara.
- Gerry Dessler (2016) *Human Resources Management*, Prenticehall, London: International Inc.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Imam Ghozali (2017). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) “*Riset Sumber Daya Manusia*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J., & Paeno, P. (2019). The Effect of Leadership and Competence on Lecturer Performance and Its Implications on Student Learning Motivation at Pamulang University. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(4).
- Luthans Fred (2014) *Organizational Behavior*, Ney York: McGraw-Hill, New York.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2016). *Evaluasi Kinerja SDM*. Cetakan ke tujuh, PT Refika Aditama: Bandung.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi

- Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia), 4(1), 51-60.
- Robbins, P.S., & Judge, A.T. (2003). *Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rozi, A., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Motivation and Work Experience on Employee Performance at PT. Yamaha Saka Motor in South Tangerang. *Jurnal Office*, 5(2), 65-74.
- Sobarna, A., Hambali, S., Sutiswo, S., & Sunarsi, D. (2020). The influence learning used ABC run exercise on the sprint capabilities. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 8(2), 67-71.
- Sugiyono (2017), "*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*". Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2018). *Buku Ajar: Seminar Perencanaan Sumber Daya Manusia*. Tangerang Selatan: Asmoro Mediatama
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 – 194
- Veithzal Rivai (2015) *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wibowo (2015) *Manajemen Kinerja*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

**PENGARUH PEMBERIAN REWARD DAN MOTIVASI TERHADAP
PRODUKTIVITAS KARYAWAN PADA PT. SINAR KENCANA JAYA
DI SURABAYA**

Dodi Prasada^{1*}, Nopi Oktavianti², Lily Setyawati Kristianti³
Universitas Pamulang
[dosen02454@unpam.ac.id*](mailto:dosen02454@unpam.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pemberian *reward* dan motivasi terhadap produktivitas karyawan pada PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini Pemberian *reward* berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan sebesar 42,1%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $(7,809 > 2,000)$. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan sebesar 46,8%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $(8,595 > 2,000)$. Pemberian *reward* dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan dengan persamaan regresi $Y = 9,184 + 0,396X_1 + 0,391X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 54,5%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau $(35,945 > 2,760)$.

Kata Kunci: Pemberian Reward, Motivasi, Produktivitas Karyawan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of reward and motivation on employee productivity at PT. Sinar Kencana Jaya in Surabaya. The method used is explanatory research with analysis techniques using statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study, the giving of rewards has a significant effect on employee productivity by 42.1%, testing the hypothesis obtained t count $>$ t table or $(7,809 > 2,000)$. Motivation has a significant effect on employee productivity by 46.8%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or $(8,595 > 2,000)$. Giving rewards and motivation simultaneously have a significant effect on employee productivity with the regression equation $Y = 9.184 + 0.396X_1 + 0.391X_2$ and the contribution of the effect is 54.5%, hypothesis testing obtained F count $>$ F table or $(35.945 > 2.760)$.

Keywords: Reward, Motivation, Employee Productivity.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dari waktu ke waktu menunjukkan persaingan yang luar biasa di akhir dekade ini. Era globalisasi yang diikuti teknologi dan informasi merambah bukan saja pada perusahaan besar tetapi juga pada perusahaan kecil bahkan pada usaha perorangan. Upaya pembenahan dari berbagai sisi pada perusahaan terus menerus dilakukan agar perusahaan dapat bertahan dan bahkan berkembang sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan tepat dan baik. Perkembangan yang signifikan tidak mungkin dapat tercapai apabila karyawan sebagai kunci penggerak roda suatu organisasi tidak produktif. Produktivitas Kerja Karyawan yang tinggi dalam sebuah organisasi di bidang barang atau jasa, merupakan harapan bagi semua pihak. Maka jelaslah sumber daya manusia asset yang harus diperhatikan dan tidak bisa diabaikan. Berkaitan dengan produktivitas kerja karyawan salah satu indikator yang harus dipenuhi adalah bagaimana perusahaan dapat memberikan reward dan motivasi secara adil sehingga karyawan termotivasi untuk melakukan aktivitas kerja dengan sungguh-sungguh, merasakan kepuasan dan nyaman dalam bekerja.

Pemberian *reward* merupakan salah satu pelaksanaan fungsi sumber daya manusia sebagai bentuk perhatian positif dari perusahaan penyemangat, partisipasi, yang mempunyai tujuan untuk memotivasi, memberi semangat, mendorong partisipasi sehingga karyawan mampu memberikan hasil terbaik untuk perusahaan. Demikian besarnya peran reward bagi karyawan karena besarnya *reward* terkadang merupakan pencerminan produktivitas kerja yang diberikan oleh karyawan kepada perusahaan yang dilandasi tanggungjawab, rasa memiliki yang tinggi kepada perusahaan, dan sebaliknya perusahaan mengapresiasi hasil kerja karyawan dengan baik dan membalasnya dalam bentuk penghargaan yang bermanfaat dan dapat dirasakan langsung oleh karyawan. Diharapkan Pemberian *reward* yang baik kepada karyawan dapat menurunkan tindakan-tindakan yang mengarah pada terhambatnya tujuan organisasi, oleh karena itu pemberian reward harus dikelola baik karena akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sebaliknya tanpa *reward* yang cukup, produktivitas kerja menurun, tidak jarang karyawan melakukan indisipliner, melakukan mogok kerja, melakukan tindakan-tindakan fisik, dan pada akhirnya karyawan tersebut akan meninggalkan perusahaan.

Disisi lain, Perusahaan perlu memberikan Motivasi bagi karyawan sebagai bentuk pembinaan, disiplin, pembinaan, pengawasan, agar karyawan disiplin dan mematuhi aturan yang ditetapkan oleh perusahaan. Punishmen tiada lain merupakan ancaman, hukuman yang bertujuan untuk memperbaiki kinerja karyawan sehingga karyawan dapat menghindari pelanggaran-pelanggaran yang tidak diinginkan bersama. Begitu pentingnya punishmen sehingga merupakan indikator yang tidak boleh luput dalam kegiatan pengelolaan sumber daya manusia. Pelaksanaan motivasi yang tidak pada tempatnya akan menimbulkan produktivitas kerja karyawan menurun. Namun sebaliknya pelaksanaan punisimen yang adil dan terkendali akan meningkatkan produktivitas karyawan dalam bekerja.

PT. Sinar Kencana Jaya ini merupakan sebuah perusahaan bisnis yang bergerak dibidang konstruksi, perdagangan, pengadaan barang dan jasa, perusahaan ini memiliki peran penting dalam meningkatkan mutu serta kualitas baik dari sumber daya manusia maupun dari output yang dihasilkan. Fenomena yang terjadi pada 2 (dua) tahun terakhir menunjukkan produktivitas yang fluktuatif dan tidak stabil bahkan kecenderungan menurun. Dalam pra penelitian yang dilakukan ternyata terdapat ketidakpuasan karyawan terhadap perlakuan reward dan punishmen sehingga karyawan tidak termotivasi dan bekerja tidak maksimal seperti yang diharapkan. Dari 63

responden menyatakan bahwa 60% karyawan mengalami penurunan motivasi yang berdampak pada produktivitas kerja karyawan akibat lemahnya penerapan *reward* dan *motivasi* terhadap karyawan. Sebesar 70% mengatakan bahwa perusahaan terkesan diskriminatif dalam memberi hukuman bagi karyawan yang melakukan kesalahan, dan 60% karyawan mengatakan ketidakkonsistenan perusahaan memberi penghargaan dan hukuman membuat motivasi kerja mereka menurun dan otomatis membuat produktivitas kerja pun menjadi turun.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui secara parsial pengaruh *reward* terhadap produktivitas kerja karyawan, untuk mengetahui secara parsial pengaruh motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan, untuk mengetahui secara simultan pengaruh pemberian *reward* dan motivasi terhadap produktivitas karyawan

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh secara parsial antara pemberian *reward* terhadap produktivitas karyawan pada PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya ?.
2. Adakah pengaruh secara parsial antara motivasi terhadap produktivitas karyawan pada PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya ?.
3. Adakah pengaruh secara simultan antara pemberian *reward* dan motivasi terhadap produktivitas karyawan pada PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara pemberian *reward* terhadap produktivitas karyawan pada PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya ?.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara motivasi terhadap produktivitas karyawan pada PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya ?.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara pemberian *reward* dan motivasi terhadap produktivitas karyawan pada PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya ?.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 63 responden PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijamin sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 63 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemberian <i>reward</i> (X1)	63	31	48	38.05	4.286
Motivasi (X2)	63	31	45	38.35	3.686
Produktivitas karyawan (Y)	63	33	46	39.27	3.686
Valid N (listwise)	63				

Pemberian reward diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 48 dengan *mean score* sebesar 3,80 dengan standar deviasi 4,286.

Motivasi diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 45 dengan *mean score* sebesar 3,83 dengan standar deviasi 3,686.

Produktivitas karyawan diperoleh *varians* minimum sebesar 33 dan *varians maximum* 46 dengan *mean score* sebesar 3,92 dengan standar deviasi 3,686.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.184	3.623		2.535	.014
Pemberian <i>reward</i> (X1)	.396	.086	.461	4.587	.000
Motivasi (X2)	.391	.100	.391	3.898	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,184 + 0,396X1 + 0,391X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,184 diartikan jika *Pemberian reward* dan motivasi tidak ada, maka telah terdapat nilai produktivitas karyawan sebesar 9,184 point.
- 2) Koefisien regresi *Pemberian reward* sebesar 0,396, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan *Pemberian reward* sebesar 0,396 maka produktivitas karyawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,396 point.
- 3) Koefisien regresi motivasi sebesar 0,391, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan motivasi sebesar 0,391 maka produktivitas karyawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,391 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi *Pemberian reward* Terhadap Produktivitas karyawan.
Correlations^b

	<i>Pemberian reward</i> (X1)	Produktivitas karyawan (Y)
<i>Pemberian reward</i> (X1)	Pearson Correlation 1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000

Produktivitas karyawan (Y)	Pearson Correlation	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,656 artinya *Pemberian reward* memiliki hubungan yang kuat terhadap produktivitas karyawan.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Motivasi Terhadap Produktivitas karyawan.
Correlations^b

		Motivasi (X2)	Produktivitas karyawan (Y)
Motivasi (X2)	Pearson Correlation	1	.621**
	Sig. (2-tailed)		.000
Produktivitas karyawan (Y)	Pearson Correlation	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,621 artinya motivasi memiliki hubungan yang kuat terhadap produktivitas karyawan.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi *Pemberian reward* dan Motivasi Secara Simultan Terhadap Produktivitas karyawan.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.530	2.527

a. Predictors: (Constant), Motivasi (X2), *Pemberian reward* (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,738 artinya *Pemberian reward* dan motivasi secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap produktivitas karyawan.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi *Pemberian reward* Terhadap Produktivitas karyawan.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.414	2.679

a. Predictors: (Constant), *Pemberian reward* (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,421 artinya *Pemberian reward* memiliki kontribusi pengaruh sebesar 42,1% terhadap produktivitas karyawan.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Motivasi Terhadap Produktivitas karyawan.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684 ^a	.468	.462	2.568

a. Predictors: (Constant), Motivasi (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,468 artinya motivasi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 46,8% terhadap produktivitas karyawan.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi *Pemberian reward* dan Motivasi Terhadap Produktivitas karyawan.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.530	2.527

a. Predictors: (Constant), Motivasi (X2), *Pemberian reward* (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,545 artinya *Pemberian reward* dan motivasi secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 54,5% terhadap produktivitas karyawan, sedangkan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Pemberian reward* terhadap produktivitas karyawan.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis *Pemberian reward* Terhadap Produktivitas karyawan.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.517	2.774		6.316	.000
	<i>Pemberian reward</i> (X1)	.565	.072	.649	7.809	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,809 > 2,000), dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Pemberian reward* terhadap produktivitas karyawan diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Motivasi Terhadap Produktivitas karyawan.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.019	2.926		4.791	.000
	Motivasi (X2)	.653	.076	.684	8.595	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,595 > 2,000), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap produktivitas karyawan diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Pemberian reward* dan motivasi terhadap produktivitas karyawan.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis *Pemberian reward* dan Motivasi Terhadap Produktivitas karyawan.

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	459.180	2	229.590	35.945	.000 ^b
	Residual	383.232	60	6.387		
	Total	842.413	62			

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (35,945 > 2,760), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Pemberian reward* dan motivasi terhadap produktivitas karyawan diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh *Pemberian reward* Terhadap Produktivitas karyawan

Pemberian reward berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan dengan korelasi sebesar 0,656 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 42,1%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,809 > 2,000). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara *Pemberian reward* terhadap produktivitas karyawan diterima.

2. Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas karyawan

Motivasi berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan dengan korelasi sebesar 0,621 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,8%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,595 > 2,000). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara motivasi terhadap produktivitas karyawan diterima.

3. Pengaruh *Pemberian reward* dan Motivasi Terhadap Produktivitas karyawan

Pemberian reward dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 9,184 + 0,396X_1 + 0,391X_2$, nilai korelasi sebesar 0,738 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 54,5% sedangkan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (35,945 > 2,760). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara *Pemberian reward* dan motivasi terhadap produktivitas karyawan diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Pemberian reward* berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan dengan kontribusi pengaruh sebesar 42,1%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,809 > 2,000).
- Motivasi berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,8%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,595 > 2,000).
- Pemberian reward* dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan dengan kontribusi pengaruh sebesar 54,5% sedangkan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (35,945 > 2,760).

2. Saran

- a. Perusahaan harus menegakkan peraturan dengan baik sesuai dengan ketentuan yang berlaku guna menjamin pegawai diperlakukan dengan adil.
- b. Perusahaan harus selalu memberikan semangat dan apresiasi yang layak untuk memastikan pegawai memiliki semangat kerja yang tinggi.
- c. Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan memberdayakan pegawai dengan menegakkan peraturan yang baik dan pemberian motivasi yang lebih inten lagi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M (2014) *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Dessler, G. (2006.) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Jilid II)*. Jakarta: Indeks.
- George Terry R & Rue, Leslie W. Rue (2016) *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta Bumi Aksara.
- Gerry Dessler (2016) *Human Resources Management*, Prenticehall, London: International Inc.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Imam Ghozali (2017). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) “*Riset Sumber Daya Manusia*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J., & Paeno, P. (2019). The Effect of Leadership and Competence on Lecturer Performance and Its Implications on Student Learning Motivation at Pamulang University. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(4).
- Luthans Fred (2014) *Organizational Behavior*, Ney York: McGraw-Hill, New York.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2016). *Evaluasi Kinerja SDM*. Cetakan ke tujuh, PT Refika Aditama: Bandung.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.
- Robbins, P.S, & Judge, A.T. (2003). *Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2017), “*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2018). Buku Ajar: Seminar Perencanaan Sumber Daya Manusia. Tangerang Selatan: Asmoro Mediatama
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 – 194
- Veithzal Rivai (2015) *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wibowo (2015) *Manajemen Kinerja*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BANK BRI CABANG BINTARO**

Elizabeth Tika Kristina Hartuti^{1*}, Abdul Khoir², Ade Yusuf³
Universitas Pamulang
dosen01503@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel Kualitas Pelayanan diperoleh rata-rata skor sebesar 3,41 dengan kriteria baik. Variabel Kepuasan Nasabah diperoleh rata-rata skor sebesar 3,83 dengan kriteria baik. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan persamaan regresi $Y = 8,849 + 0,865X$, dan nilai korelasi 0,787 atau kuat dengan determinasi 62,0%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Bank BRI Bintaro Branch. The method used is explanatory research with a sample of 100 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this research variable Service Quality obtained an average score of 3.41 with good criteria. The Customer Satisfaction variable obtained an average score of 3.83 with good criteria. Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 8.849 + 0.865X$, and a correlation value of 0.787 or strong with a determination of 62.0%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan persaingan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank harus di tuntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat nasabah.

Bank sebagai lembaga keuangan yang utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan nasabahnya.

Seiring dengan perkembangan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia di era globalisasi ini kondisi sosial ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan terutama nilai-nilai dan cara pandang yang dianut masyarakat. Semakin banyaknya perusahaan penyedia barang dan jasa akan menuntut masyarakat untuk lebih teliti dan kritis dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat pemenuh kebutuhan. Perubahan kondisi masyarakat tersebut merupakan salah satu penyebab semakin ketatnya persaingan di berbagai bidang.

Dunia perbankan sangat penting bagi perekonomian Indonesia, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara, akan tetapi roda perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah. Menurut Kasmir (2002:2) mengatakan bahwa “Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya”. Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrumen yang sangat penting dalam memperlancar pembangunan suatu bangsa, Menurut Roine dan Tatik Suryani (2001:273) mengatakan bahwa “Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama bank yaitu kredit yang merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank mudah ditiru, oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan memberikan pelayanan terbaik dan bermutu dibandingkan oleh bank pesaing”. Salah satu fungsi bank adalah menghimpun dana dari masyarakat. Bank di tuntut untuk lebih *inovatif* dan profesional dalam menghasilkan produk-produknya agar menarik minat masyarakat agar menyimpan dananya di bank. Dengan bertambahnya dana yang masuk maka bank akan lebih leluasa menyalurkan dananya kepada pihak-pihak yang menyalurkan dalam pembiayaan usahanya. Dengan demikian, bank akan mendapatkan keuntungan (*spread*) yaitu selisih bunga pinjaman dengan bunga simpanan dan juga membantu memperlancar pembangunan ekonomi.

Dengan semakin majunya revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari teknologi informasi dan komunikasi mengakibatkan munculnya kompetisi yang sangat ketat sehingga nasabah (*customer*) semakin banyak pilihan dan semakin sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan. Sehingga bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang dan menjadikan nasabah yang setia dan loyal.

Penilaian akan kualitas layanan yang di kenal dengan *service quality* (*servqual*), yang berdasarkan atas lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) (Kotler. 2009:53).

Teori singkat variabel X (Kualitas Pelayanan) kualitas pelayanan merupakan

suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang di terima (*percieved service*) dengan tingkat layanan yang di diharapkan (*expected service*) (Fandy Tjiptono. 2008:18).

Teori singkat variabel Y (Kepuasan Nasabah) dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap harapan (*ekspektasi*) mereka, Jika kinerja gagal memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan tidak puas, Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau senang”(Kotler. 2009:139).

Bisnis perbankan merupakan bisnis yang berdasar pada azas kepercayaan, Masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis perbankan. Hal ini juga terjadi pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro Tangerang Selatan. Sebagai tempat penelitian ini, Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu di perhatikan.

Hubungan dari kedua teori variabel X dan Y (Kualitas dan Kepuasan) kualitas dan kepuasan adalah satu bagian yang tidak dapat terpisahkan dengan pelayanan, kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan nasabah, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

Pentingnya kepuasan nasabah pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro Tangerang Selatan adalah baik atau buruknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan berakibat timbulnya permasalahan yang lebih kompleks. Apabila nasabah tidak merasa puas atas pelayanan maka pelanggan tersebut akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan dapat merugikan citra perusahaan.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan PT. Bank BRI Cabang Bintaro Tangerang Selatan bekerjasama dengan perusahaan yang ada di daerah Gading Serpong dengan bentuk kerjasama pembayaran gaji karyawan secara on line yang di sebut *payroll* dengan cara membuka rekening PT. Bank BRI Cabang Bintaro Tangerang Selatan selain itu PT. Bank BRI Cabang Bintaro Tangerang Selatan. Gading Serpong membuka beberapa unit ATM di beberapa tempat strategis yaitu di Gading Serpong dan beberapa ATM bersama serta beberapa tempat strategis lainnya agar nasabah PT. Bank Index Selindo dapat dengan mudah menggunakan jasa penarikan uang tunai secara cepat tanpa harus mengantri.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. Bank BRI Cabang Bintaro bersifat inovatif dan berorientasi kepada kepuasan nasabah, namun masih ada pertanyaan, apakah hal tersebut telah memberikan kepuasan bagi nasabah PT. Bank BRI Cabang Bintaro, bila dilihat dari lima dimensi pelayanan yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). PT. Bank BRI Cabang Bintaro perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini di berikan telah sesuai dnegan harapan nasabah, hal ini merupakan bukti perhatiannya terhadap kepuasan nasabah. Apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat layanan yang di terima maka nasabah tidak puas, sebaliknya apabila harapan nasabah sama atau lebih kecil dari tingkat pelayanan yang di terima, maka nasabah akan puas. Dari hasil pra-riset yang penulis lakukan telah di temukan beberapa gejala masalah, diantaranya : Pelayanan kurang optimal, Nasabah prioritas kurang mendapat pelayanan prima,

Nasabah baru kurang puas dengan pelayanan kesigapan dalam menanggapi komplain, Nasabah baru merasa kurang puas terhadap keramahan yang diberikan.

Berdasarkan gejala masalah di atas maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro ?.
2. Bagaimana Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro ?.
3. Adakah pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi Kualitas Pelayanan pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro ?.
2. Untuk mengetahui kondisi Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro ?.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BRI Cabang Bintaro ?.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden PT. Bank BRI Cabang Bintaro

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijasikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X)	100	28	44	34.14	3.843
Kepuasan Nasabah (Y)	100	29	49	38.38	4.223
Valid N (listwise)	100				

Kualitas Pelayanan diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,41 dengan standar deviasi 3,843.

Kepuasan Nasabah diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,83 dengan standar deviasi 4,223.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	8.849	2.352		3.762	.000
Kualitas Pelayanan (X)	.865	.068	.787	12.635	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 8,849 + 0,865X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 8,849 diartikan jika Kualitas Pelayanan dan motivasi tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan Nasabah sebesar 8,849 point.
- 2) Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,865, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 0,865 maka Kepuasan Nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,865 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.
Correlations^b

		Kualitas Pelayanan (X1)	Kepuasan Nasabah (Y)
Kualitas Pelayanan (X)	Pearson Correlation	1	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kepuasan Nasabah (Y)	Pearson Correlation	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=100

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,787 artinya Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap Kepuasan Nasabah.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.620	.616	2.618

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,620 artinya

Kualitas Pelayanan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 62,0% terhadap Kepuasan Nasabah.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	8.849	2.352		3.762	.000
Kualitas Pelayanan (X)	.865	.068	.787	12.635	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,635 > 1,989), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan jawaban responden, variabel Kualitas Pelayanan diperoleh *rating score* sebesar 3,41 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah

Berdasarkan jawaban responden, variabel Kepuasan Nasabah diperoleh *rating score* sebesar 3,83 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai korelasi sebesar 0,787 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 62,0%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,635 > 1,989). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Variabel Kualitas Pelayanan diperoleh *rating score* sebesar 3,41 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- b. Variabel Kepuasan Nasabah diperoleh *rating score* sebesar 3,83 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- c. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai korelasi sebesar 0,787 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 62,0% sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,635 > 1,989).

2. Saran

- a. Kualitas pelayanan PT. Bank BRI Cabang Bintaro harus ditingkatkan lagi sehingga mencapai interpretasi sangat kuat pengaruhnya terhadap kepuasan, dengan demikian dapat menjangkau nasabah yang lebih banyak lagi.
- b. Dewasa ini iklan melalui media elektronik terbukti cukup efektif dalam upaya menjangkau nasabah, oleh sebab itu Perusahaan harus memikirkan strategi ini agar lebih dikenal masyarakat luas.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *"Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi"*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bashu Swastha dan T. Handoko (2015) *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *"Riset Sumber Daya Manusia"*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *"Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online"*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler dan Amstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Phipil Kotler dan Kevin Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.
- Rao, Purba, (2012). *"Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis"*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). *"Menguasai Statistik Multivariat"*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudjana (2014) *"Metode Statistika"*, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), *"Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D"*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). *"Metode Riset Pemasaran"*. Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2017). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Mergolade Tangerang.
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya: Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. Vol 2 No 3
- Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA
PT. UNGGUL ABADI DI JAKARTA**

**Irfan Rizka Akbar^{1*}, Desi Prasetyani², Nariah³
Universitas Pamulang
dosen02461@unpam.ac.id***

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemberian reward terhadap kinerja karyawan pada PT. Muslim Galeri Indonesia. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan sampel sebanyak 55 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel pemberian reward diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,402 dengan kriteria baik. Variabel kinerja karyawan diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,838 dengan kriteria baik. Pemberian reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai persamaan regresi $Y = 9,047 + 0,862X$, dan nilai koefisien korelasi 0,774 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 59,9%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Pemberian Reward, Kinerja Karyawan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of rewarding on employee performance at PT. Muslim Gallery of Indonesia. The method used is explanatory research with a sample of 55 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study, the variable giving rewards obtained an average score of 3.402 with good criteria. Employee performance variables obtained an average score of 3.838 with good criteria. Reward giving has a positive and significant effect on employee performance with the regression equation $Y = 9.047 + 0.862X$, and the correlation coefficient value of 0.774 or having a strong level of relationship with a determination value of 59.9%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Reward, Employee Performance.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya orang-orang yang berkecimpungan dalam manajemen sumber daya manusia berpendapat bahwa penilaian prestasi kerja para pegawai merupakan bagian penting dari seluruh proses keorganisasian pegawai yang bersangkutan. Pentingnya penilaian prestasi kerja yang rasional dan diterapkan secara obyektif terlihat pada paling sedikit dua kepentingan, yaitu kepentingan pegawai yang bersangkutan sendiri dan kepentingan organisasi.

Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang untuk meningkatkan produktivitas kinerja suatu organisasi atau instansi. Oleh karena itu, diperlukan Sumber Daya Manusia yang mempunyai kompetensi tinggi karena keahlian atau kompetensi akan dapat mendukung peningkatan prestasi kinerja karyawan.

Kinerja karyawan di suatu perusahaan merupakan aspek yang paling penting dari sebuah perusahaan. Bahkan bisa dibayangkan karyawan merupakan jantung perusahaan, dari karyawan roda perusahaan dapat berputar semua bisa berjalan karena adanya karyawan, karena jika dalam sebuah perusahaan kinerja karyawan tidak dihargai maka hancurlah perusahaan tersebut. Kinerja karyawan dapat dijadikan sebagai tolak ukur berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mengelola perusahaan.

Sebuah kinerja tak lepas dari yang namanya Sumber Daya Manusia (SDM), sumber daya manusia merupakan komponen paling penting saat kita menyeleksi karyawan. Dari perekrutan sumber daya manusia kita dapat melihat bakat, ketrampilan dan kemampuan karyawan sebelum berada di posisi saat ini. Kemampuan karyawan harus terus diasah agar menjadi karyawan yang berkualitas. Tak hanya itu karyawan juga butuh yang namanya Reward sebagai pacuan mereka dalam bekerja.

Menurut Mangkunegara (2006:67) Kinerja atau prestasi kerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Menurut Tohardi (2002:317) Penghargaan didefinisikan sebagai ganjaran yang diberikan untuk memotivasi para karyawan agar produktivitasnya tinggi.

Reward artinya ganjaran, hadiah, penghargaan atau imbalan. Dalam konsep manajemen, reward merupakan salah satu alat untuk peningkatan motivasi para pegawai. Metode ini bisa mengasosiasikan perbuatan dan kelakuan seseorang dengan perasaan bahagia, senang, dan biasanya akan membuat mereka melakukan suatu perbuatan yang baik secara berulang-ulang. Selain motivasi, reward juga bertujuan agar seseorang menjadi giat lagi usahanya untuk memperbaiki atau meningkatkan prestasi yang telah dapat dicapainya. Semua perusahaan mengaplikasikan reward di semua aspek. Terkadang perusahaan tersebut rela all out dalam memberikan reward kepada karyawan yang memang layak mendapatkan reward tersebut. Reward dapat membuat karyawan lebih semangat lagi dalam bekerja dan memacu untuk karyawan lebih disiplin lagi dalam bekerja.

Seperti contoh, dimana salah satu perusahaan online shop yang cukup terkemuka di Indonesia, yakni PT. Muslim Galeri Indonesia. Di perusahaan tersebut ada beberapa posisi kerja karyawan diantaranya customer service dan di bagian customer service itu ada 2 bagian yang satu customer service facebook dan customer service website. Untuk customer service facebook, customer service yang dimana semua para customer yang belanja berasal dari iklan di facebook dengan pembeli skala sedang.

Dan untuk customer service website sendiri customer service yang melayani

jumlah pembelian dalam skala besar. Dari kedua posisi tersebut terkesan sama namun ternyata berbeda, target pun berbeda. Jika CS website mendapatkan orderan 500pcs adalah hal biasa untuk CS FB merupakan hal yang sangat Luar biasa karena dengan orderan tersebut CS dapat memperoleh insentif yang bisa dibilang banyak. namun terkadang kinerja para CS kurang maksimal karena untuk target dan bonus yang tidak transparan.

Mengingat sekarang media sosial telah membawa transparansi ke ranah yang lebih modern, dengan banyaknya ponsel pintar yang dilengkapi dengan fitur kamera dan video perekaman, memungkinkan karyawan dengan mudah mendokumentasikan dan berbagi informasi secara terbuka yang biasanya informasi tersebut tersimpan baik oleh perusahaan, ada juga berbagai situs pekerjaan, forum diskusi dan berbagai situs peringkat yang mendokumentasikan etika pekerjaan dan budaya perusahaan, bahkan mengungkapkan rincian seperti gaji, manfaat dan fasilitas lainnya untuk perbandingan yang kompetitif. Transparansi dalam gaji dan insentif merupakan hal yang sangat crucial atau penting sekali.

PT. Muslim Galeri Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Online shop dan bukan satu-satunya perusahaan online shop di Indonesia. Banyak sekali perusahaan online shop yang lebih terkenal dibandingkan dengan PT. Gatsu One, PT. Zaskia Sungkar dan sebagainya. Banyak perusahaan yang transparan mengenai apa yang di dapat para pekerjanya. Dan hal ini menjadi pertimbangan yang sangat besar bagi PT. Muslim Galeri Indonesia supaya lebih transparan.

Dengan cara yang transparan, memudahkan karyawan dalam melakukan hal yang memang seharusnya dilakukan. Dalam arti karyawan lebih semangat lagi dalam bekerja karena mereka tahu target yang harus mereka capai.

Berdasarkan Uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian serta pembahasan masalah mengenai **“Pengaruh Reward terhadap kinerja karyawan PT. Muslim Galeri Indonesia”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemberian reward pada PT. Muslim Galeri Indonesia ?.
2. Bagaimana kinerja karyawan pada PT. Muslim Galeri Indonesia ?.
3. Adakah pengaruh antara pemberian reward terhadap kinerja karyawan pada PT. Muslim Galeri Indonesia ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi pemberian reward pada PT. Muslim Galeri Indonesia.
2. Untuk mengetahui kondisi kinerja karyawan pada PT. Muslim Galeri Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara pemberian reward terhadap kinerja karyawan pada PT. Muslim Galeri Indonesia.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 55 responden PT. Muslim Galeri Indonesia

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 55 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk

mengetahui atau mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemberian reward (X1)	55	27	44	34.02	3.874
Kinerja Karyawan (Y)	55	29	49	38.38	4.315
Valid N (listwise)	55				

Pemberian reward diperoleh *varians* minimum sebesar 27 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,402 dengan standar deviasi 3,874. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Kinerja karyawan diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,838 dengan standar deviasi 4,315. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.047	2.490		3.634	.000
Pemberian reward (X)	.862	.073	.774	11.854	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,047 + 0,862X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,047 diartikan jika pemberian reward tidak ada, maka telah terdapat nilai kinerja karyawan sebesar 9,047 point.
- 2) Koefisien regresi pemberian reward sebesar 0,862, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan pemberian reward sebesar 0,862 point maka kinerja karyawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,862 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil

pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Pemberian reward Terhadap Kinerja Karyawan.
Correlations^b

		Pemberian Reward (X1)	Kinerja Karyawan (Y)
Pemberian reward (X1)	Pearson Correlation	1	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kinerja Karyawan (Y)	Pearson Correlation	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,774 artinya pemberian reward memiliki hubungan yang kuat terhadap kinerja karyawan.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Pemberian reward Terhadap Kinerja Karyawan.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.599	.595	2.746

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,599 artinya pemberian reward memiliki kontribusi pengaruh sebesar 59,9% terhadap kinerja karyawan, sedangkan sisanya sebesar 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pemberian reward terhadap kinerja karyawan.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Pemberian reward Terhadap Kinerja Karyawan.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.047	2.490		3.634	.000
	Pemberian Reward (X)	.862	.073	.774	11.854	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,854 > 1,984), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pemberian reward terhadap kinerja karyawan diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Pemberian reward

Berdasarkan jawaban responden, variabel pemberian reward diperoleh *rating score* sebesar 3,402 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kinerja Karyawan

Berdasarkan jawaban responden, variabel kinerja karyawan diperoleh *rating score* sebesar 3,838 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Pemberian reward Terhadap Kinerja Karyawan

Pemberian reward berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 9,047 + 0,862X$, nilai korelasi sebesar 0,774 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 59,9%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($11,854 > 1,984$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara pemberian reward terhadap kinerja karyawan diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel pemberian reward diperoleh *rating score* sebesar 3,402 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel kinerja karyawan diperoleh *rating score* sebesar 3,838 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Pemberian reward berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 9,047 + 0,862X$, nilai korelasi sebesar 0,774 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 59,9% sedangkan sisanya sebesar 40,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($11,854 > 1,984$).

2. Saran

- Perusahaan harus memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan memberikan apresiasi berupa reward guna menambah semangat karyawan dalam bekerja
- Perusahaan harus selalu memberikan semangat dan apresiasi yang layak untuk memastikan karyawan memiliki semangat kerja yang tinggi.
- Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan memberdayakan karyawan dengan menegakkan peraturan yang baik dan pemberian motivasi yang lebih inten lagi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M (2014) *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Dessler, G. (2006.) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Jilid II)*. Jakarta: Indeks.
- George Terry R & Rue, Leslie W. Rue (2016) *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta Bumi Aksara.
- Gerry Dessler (2016) *Human Resources Management*, Prenticehall, London: International Inc.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Imam Ghozali (2017). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) “*Riset Sumber Daya Manusia*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J., & Paeno, P. (2019). The Effect of Leadership and Competence on Lecturer Performance and Its Implications on Student Learning Motivation at Pamulang University. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(4).
- Jasmani, J., Sutiman, S., & Sunarsi, D. (2020). Analysis of the Effect of Prices, Promotions and Products on Purchase Interest Impacts on Consumer Satisfaction of VIVO Brand Mobile Phones in South Tangerang Region. *Jurnal Ad'ministrare*, 7(1), 73-82.
- Luthans Fred (2014) *Organizational Behavior*, Ney York: McGraw-Hill, New York.
- M Catio, D Sunarsi. (2020). Analisa Pengaruh Kompetensi, Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Guru Pada SMK Sasmita Jaya 1 Pamulang Kota Tangerang

- Selatan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 17 (02), 16-26
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2016). *Evaluasi Kinerja SDM*. Cetakan ke tujuh, PT Refika Aditama: Bandung.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.
- Robbins, P.S, & Judge, A.T. (2003). *Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2017), “*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2018). Buku Ajar: Seminar Perencanaan Sumber Daya Manusia. Tangerang Selatan: Asmoro Mediatama
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 – 194
- Veithzal Rivai (2015) *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wibowo (2015) *Manajemen Kinerja*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PT. TIGA SERANGKAI PUSTAKA MANDIRI**

Ivantan^{1*}, Neneng Khoiriah², Sari Karmiyati³
Universitas Pamulang
dosen02504@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi promosi terhadap minat beli konsumen Pada PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel strategi promosi diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,400 dengan kriteria baik. Variabel minat beli diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,831 dengan kriteria baik. Strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai persamaan regresi $Y = 9,955 + 0,834X$, dan nilai koefisien korelasi 0,763 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 58,2%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Strategi Promosi, Minat Beli.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotional strategies on consumer buying interest at PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri. The method used is explanatory research with a sample of 96 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study, the promotional strategy variable, obtained an average score of 3,400 with good criteria. Purchase interest variable obtained an average score of 3,831 with good criteria. Promotion strategy has a positive and significant effect on purchase intention with the regression equation $Y = 9.955 + 0.834X$, and the correlation coefficient value of 0.763 or having a strong level of relationship with a determination value of 58.2%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Promotion Strategy, Buying Interest.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapat laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar. Definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton dalam Swasta, 1996:5). Definisi lain tentang pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran (Kotler dalam Swastha, 1996:5).

Pemasaran dapat ditinjau sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, Mempromosian dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok Pembeli. Kebijakan keputusan dalam pemasaran hampir selalu berkaitan dengan Variabel variabel *marketing mix*. variabel-variabel *marketing mix* tersebut adalah produk, harga, distribusi dan promosi. Oleh karena itu *marketing mix* sangat penting dan dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang praktis.

Salah satu variable *marketing mix* adalah promosi. Promosi dipandang Sebagai arus informasi persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan Pemasaran (Swastha, 1996:237). Untuk mendapatkan penjualan yang menguntungkan, promosi dan Kegiatan pemasaran harus di rencanakan dan dilaksanakan dengan baik. maka perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi dengan strategi *promotional mix* dengan melakukan periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas. Dengan adanya promosi di harapkan dapat memberikan informasi selengkapnya kepada calon konsumen tentang barang yang ditawarkan, membujuk calon konsumen agar mau membeli barang/jasa yang ditawarkan dan mengingatkan pada konsumen tentang produk yang ada, harga yang berlaku dan lokasi tempat untuk mendapatkan produk tersebut.

Dengan demikian, harus diakui bahwa dalam melakukan kegiatan promosi, hal yang lebih penting adalah bagaimana mengkombinasikan variabel-variabel yang ada dalam promosi tersebut secara efektif, sehingga mampu meningkatkan penjualan secara maksimal. Dalam era modern ini media cetak semakin berkembang di masyarakat seperti surat kabar dan kebutuhan buku untuk menunjang pendidikan.

Perkembangan media cetak tersebut mendorong usaha penerbitan dan percetakan juga makin berkembang dan mengakibatkan persaingan bisnis ini menjadi ketat. perlu adanya usaha dari perusahaan dalam menghadapi persaingan itu. Kegiatan promosi akan sangat membantu memasarkan produk untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

Pentingnya kegiatan promosi juga di rasakan oleh PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri sebuah perusahaan distribusi General Book yang menyediakan berbagai jenis kategori buku, mulai dengan buku anak-anak, novel remaja, dewasa, Al-Quran dan buku sekolah. Perusahaan ini bertempat tinggal di Jl. M. Kafi 1, Kelurahan Jagakarsa, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta selatan. Perusahaan ini bekerjasama dengan toko-toko buku di Jakarta seperti Gramedia, Gunung Agung, Togamas bookstore, dan alternatif market lainnya. dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan perusaan yang Sejenis di Jakarta dan sekitarnya. Hal ini mengharuskan PT. Tiga Serangkai pustaka

mandiri untuk meningkatkan usahanya dalam rangka menghadapi persaingan dengan cara meningkatkan volume penjualan.

Salah satu usaha yang di tempuh oleh PT. Tiga Serangkai pustaka Mandiri adalah dengan cara melakukan peningkatan kegiatan promosi. Promosi dilakukan berbagai dengan cara seperti mengadakan kegiatan program pameran buku dengan diskon yang menarik ke berbagai toko yang sebelumnya sudah menjalin kerjasama dan perjanjian, metode kedua melakukan program *luckydip* yaitu promosi belanja dengan minimal harga akan mendapatkan hadiah langsung berupa souvenir seperti boneka, meja belajar, sajadah, tasbih dan banyak lainnya, metode ke ketiga melakukan kunjungan ke berbagai instansi baik pemerintah maupun swasta dengan mencari order dan pembagian brosur mengenai jasa penerbitan dan percetakan kusus untuk buku sekolah, biasanya dilakukan pada saat-saat tahun ajaran baru. Kegiatan promosi di atas dilakukan tiap tahun dengan porsi yang berbeda, disesuaikan dengan kebutuhan atau target penjualan yang hendak dicapai.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis bermaksud melakukan penelitian ini dengan judul: Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi Pada PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri ?.
2. Bagaimana minat beli konsumen Pada PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri ?.
3. Adakah pengaruh antara strategi promosi terhadap minat beli konsumen Pada PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi strategi promosi Pada PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
2. Untuk mengetahui kondisi minat beli konsumen Pada PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara strategi promosi terhadap minat beli konsumen Pada PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui atau mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Strategi Promosi (X)	96	27	44	34.00	3.885
Minat Beli (Y)	96	29	49	38.31	4.248
Valid N (listwise)	96				

Strategi promosi diperoleh *varians* minimum sebesar 27 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,400 dengan standar deviasi 3,885. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Minat beli diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,831 dengan standar deviasi 4,248. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.955	2.496		3.989	.000
Strategi Promosi (X)	.834	.073	.763	11.435	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,955 + 0,834X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,955 diartikan jika strategi promosi tidak ada, maka telah terdapat nilai minat beli sebesar 9,955 point.
- 2) Koefisien regresi strategi promosi sebesar 0,834, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan strategi promosi sebesar 0,834 point maka minat beli juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,834 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Strategi promosi Terhadap Minat beli.
Correlations^b

		Strategi promosi (X1)	Minat beli (Y)
Strategi Promosi (X)	Pearson Correlation	1	.763**
	Sig. (2-tailed)		.000
Minat Beli (Y)	Pearson Correlation	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,763 artinya strategi promosi memiliki hubungan yang kuat terhadap minat beli.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Strategi promosi Terhadap Minat beli.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.577	2.762

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,582 artinya strategi promosi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 58,2% terhadap minat beli, sedangkan sisanya sebesar 41,8% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi promosi terhadap minat beli.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Strategi promosi Terhadap Minat beli.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.955	2.496		3.989	.000
	Strategi Promosi (X)	.834	.073	.763	11.435	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,435 > 1,984), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi promosi terhadap minat beli diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Strategi Promosi

Berdasarkan jawaban responden, variabel strategi promosi diperoleh *rating score* sebesar 3,400 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Minat Beli

Berdasarkan jawaban responden, variabel minat beli diperoleh *rating score* sebesar 3,831 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Strategi promosi Terhadap Minat Beli

Strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan persamaan

regresi $Y = 9,955 + 0,834X$, nilai korelasi sebesar 0,763 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 58,2%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($11,435 > 1,984$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara strategi promosi terhadap minat beli diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel strategi promosi diperoleh *rating score* sebesar 3,400 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel minat beli diperoleh *rating score* sebesar 3,831 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan persamaan regresi $Y = 9,955 + 0,834X$, nilai korelasi sebesar 0,763 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 58,2% sedangkan sisanya sebesar 41,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($11,435 > 1,984$).

2. Saran

- Perusahaan harus mampu mengombinasikan strategi promosi yang tepat dalam memanfaatkan media elektronik guna meningkatkan minat beli konsumen.
- Perusahaan harus selalu mengupdate kebutuhan pasar utamanya buku-buku yang banyak digunakan dalam dunia pendidikan baik tingkat sekolah anak-anak sampai perguruan tinggi.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *“Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi”*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bashu Swastha dan T. Handoko (2015) *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta. Buchari Alma. 2014. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali (2017). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *“Riset Sumber Daya Manusia”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *“Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online”*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler dan Armstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas”. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Philip Kotler dan Kevin Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.
- Rao, Purba, (2012). *“Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis”*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). *“Menguasai Statistik Multivariat”*. Jakarta: PT Elex Media

Komputindo.

Sudjana (2014) “*Metode Statistika*”, Bandung: Tarsido.

Sugiyono (2017), “*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*”. Bandung: Alfabeta.

Suhartanto (2014). “*Metode Riset Pemasaran*”. Bandung: Alfabeta

Sunarsi, D. (2017). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Mercolade Tangerang.

Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. Vol 2 No 3

Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)
CABANG MERUYA**

Mada Faisal Akbar^{1*}, Arif Hidayat², Devi Fitria Wilandari³
Universitas Pamulang
[dosen02471@unpam.ac.id*](mailto:dosen02471@unpam.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya.

Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini variabel kualitas produk diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,410 dengan kriteria baik. Variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,836 dengan kriteria baik. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai persamaan regresi $Y = 9,021 + 0,860X$, dan nilai koefisien korelasi 0,777 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 60,4%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality on customer satisfaction at Kentucky Fried Chicken (KFC) Meruya Branch.

The method used is explanatory research with a sample of 96 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing.

The results of this research variable product quality obtained an average score of 3,410 with good criteria. The customer satisfaction variable obtained an average score of 3.836 with good criteria. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 9.021 + 0.860X$, and the correlation coefficient value of 0.777 or has a strong level of relationship with a determination value of 60.4%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dewasa ini sangat sulit ditebak. Ini disebabkan oleh terjadinya perubahan di dunia baik di bidang ekonomi, sosial dan budaya. Hal ini juga tentunya akan mempengaruhi perkembangan struktur perekonomian secara global. Di samping itu dengan semakin berkembangnya perekonomian mengakibatkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru, yang pada akhirnya meningkatkan persaingan antar perusahaan sehingga menjadi tantangan-tantangan bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan penjualan. Terlihat juga perusahaan-perusahaan yang memilih makanan siap saji yang masuk ke Indonesia.

Perubahan pada pola konsumsi masyarakat yang beranekaragam memunculkan konsep penghidangan makanan yang praktis, salah satunya adalah jenis fastfood (makanan cepat saji). Peluang usaha ini dimanfaatkan oleh banyak pemilik modal dalam industri restoran fastfood. Salah satu industri yang bergerak di bidang pengelola restoran siap saji adalah PT. Fast Food Indonesia, Tbk dengan merek dagang Kentucky Fried Chicken (KFC).

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, banyak usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Namun salah satu yang dirasakan paling penting adalah memahami perilaku konsumen. Selain itu, KFC merupakan salah satu makanan siap saji yang menjadi top brand. Makanan siap saji ini diminati semua generasi baik muda maupun tua. KFC menyediakan makanan dan minuman yang cepat saji, yang dapat langsung dinikmati oleh para konsumennya. Restoran KFC ini mempunyai icon tersendiri yaitu “jagonya ayam”, ini dikarenakan oleh menu utama yang ditawarkan oleh KFC adalah ayam goreng empuk dan renyah. Disamping itu KFC juga menyediakan menu lainnya selain ayam goreng seperti burger, twister, spaghetti, kentang, dan lainnya. Selain itu KFC juga menawarkan ragam menu 5000-an seperti sup, es krim, float, dan lain-lain.

Kunci untuk mempertahankan kinerja bisnis adalah dengan memuaskan konsumen. Sebab, konsumen adalah kunci dari eksistensi perusahaan. Dengan memberikan kepada konsumen no reason to switch and every reason to stay berarti perusahaan telah mengisolasi (insulate) mereka dari tekanan kompetisi Jhonson & Gustafsson (2000:113). Karena itu, tidak mengherankan bila kepuasan konsumen total customer satisfication. Menjadi tujuan utama (dominan goal) dari perusahaan- perusahaan yang inovatif. Artinya, tiga eksistensi kegiatan bisnis adalah memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, sedangkan profitnya hanya merupakan konsekuensi logis yang akan muncul apabila konsumen puas.

Tabel 1. Tabel Penjualan Kentucky Fried Chicken Cabang Meruya Periode 2017-2019

Bulan	Tahun		
	2017	2018	2019
Januari	1.286.232.941	1.350.531.189	1.112.302.225
Februari	1.157.903.298	1.189.616.564	1.127.864.096
Maret	1.134.562.918	1.277.147.564	1.230.404.431
April	1.185.684.342	1.263.938.380	1.148.755.897
Mei	1.203.654.167	1.260.394.882	1.176.295.972
Juni	1.242.898.685	1.290.165.264	1.220.821.692
Juli	1.234.892.156	1.276.602.159	1.251.965.462
Agustus	1.298.764.235	1.228.466.767	1.339.250.255
September	1.305.786.267	1.476.463.485	1.298.625.344

Oktober	1.268.542.950	1.182.287.589	1.256.865.935
November	1.203.408.968	1.162.542.093	1.193.980.452
Desember	1.225.342.278	1.325.046.925	1.379.355.254
Total	14.747.673.205	15.283.202.861	14.736.487.015

Tabel dan juga diatas menunjukkan bahwa penjualan yang terjadi dari tahun 2017 sampai 2019 berfluktuasi. Penjualan KFC Cabang Meruya mengalami kenaikan pada tahun 2018, dengan total penjualan sebesar Rp15.283.202.861. Sedangkan pada tahun 2019 penjualan KFC Cabang Meruya mengalami penurunan yang cukup drastis dengan total penjualan sebesar Rp 14.736.487.015. bahkan lebih rendah dari total penjualan di tahun 2017 dengan total penjualan sebesar Rp 14.747.673.205. Penjualan KFC Cabang Meruya yang fluktuatif selama 3 tahun terakhir kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya, sehingga menyebabkan penjualan tidak maksimal.

Tabel 2. Data Ketahanan Produk Produk KFC

No	Objek	Standar Perusahaan (SOP)	Realitas
1	Tepung	1	Bulan
2	Minyak	1	Kali Pakai
3	Daging Ayam	2 Hari	<2 Hari
4	Sayuran	1	Hari

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa data ketahanan produk KFC apa yang disajikan dan yang rill tidak sesuai. Tepung 1 bulan pemakaian rill 1 bulan, minyak 1 kali pakai sedangkan rill lebih dari 1 kali pakai, daging ayam 2 hari pakai sedangkan rill kurang dari 2 hari, dan sayuran 1 hari pakai rillnya 1 hari.

Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian Rangkuti (2002:73).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan mengajukan judul skripsi “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya ?.
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya ?.
3. Adakah pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi kualitas produk pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya.
2. Untuk mengetahui kondisi kepuasan pelanggan pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Meruya

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui atau mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas produk (X)	96	28	44	34.10	3.889
Kepuasan pelanggan (Y)	96	29	49	38.36	4.305
Valid N (listwise)	96				

Kualitas produk diperoleh varians minimum sebesar 28 dan varians maximum 44 dengan rating score sebesar 3,410 dengan standar deviasi 3,889. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Kepuasan pelanggan diperoleh varians minimum sebesar 29 dan varians maximum 49 dengan rating score sebesar 3,836 dengan standar deviasi 4,305. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.021	2.465		3.660	.000
Kualitas produk (X)	.860	.072	.777	11.982	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,021 + 0,860X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,021 diartikan jika kualitas produk tidak ada, maka telah terdapat nilai kepuasan pelanggan sebesar 9,021 point.
- 2) Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,860, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 0,860 point maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,860 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas produk Terhadap Kepuasan pelanggan.
Correlations^b**

		Kualitas produk (X1)	Kepuasan pelanggan (Y)
Kualitas produk (X)	Pearson Correlation	1	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kepuasan pelanggan (Y)	Pearson Correlation	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,777 artinya kualitas produk memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas produk Terhadap Kepuasan pelanggan.
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.600	2.722

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,604 artinya kualitas produk memiliki kontribusi pengaruh sebesar 60,4% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 39,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi promosi terhadap minat beli.

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Kualitas produk Terhadap Kepuasan pelanggan.
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.021	2.465		3.660	.000
Kualitas produk (X)	.860	.072	.777	11.982	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($11,982 > 1,986$), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kualitas produk

Berdasarkan jawaban responden, variabel kualitas produk diperoleh rating score sebesar 3,410 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kepuasan pelanggan

Berdasarkan jawaban responden, variabel kepuasan pelanggan diperoleh rating score sebesar 3,836 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan pelanggan

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 9,021 + 0,860X$, nilai korelasi sebesar 0,777 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 60,4%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($11,982 > 1,986$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel kualitas produk diperoleh rating score sebesar 3,410 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel kepuasan pelanggan diperoleh rating score sebesar 3,836 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 9,021 + 0,860X$, nilai korelasi sebesar 0,777 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 60,4% sedangkan sisanya sebesar 39,6% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($11,982 > 1,986$).

2. Saran

- Diharapkan kualitas produk yang sudah baik terus dipertahankan dan ditingkatkan supaya konsumen bisa merasa puas. Perusahaan lebih menerima masukan dari konsumen sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan lagi produknya sehingga pilihan yang tersedia pun semakin banyak dan beragam.
- Perlu diadakan survei pasar secara periodik, baik terhadap pelanggan maupun perusahaan pesaing. Pada akhirnya perusahaan selalu mengetahui apa yang di butuhkan (Needs), diinginkan (Wants) dan di harapkan (Expectations) oleh pelanggan, sehingga mampu menciptakan suatu kepuasan bagi pelanggan
- Penelitian ini dapat dilanjutkan oleh penelitian lain dengan menggunakan variabel independen yang lain.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2014). "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek". Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.
- Bilson Simamora (2016) Panduan Riset Prilaku Konsumen, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), Service Quality and Satisfiation. Jakarta: Edisi tiga. Andi.

- Freddy Rangkuti (2016) Strategi Promosi Yang Kreatif, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta. *Disrupsi Binis*, 1(1).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). "Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online". Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler dan Armstrong (2017), Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2016) Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.
- Rao, Purba, (2012). "Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis", *The Asian*.
- Santoso, Singgih (2015). "Menguasai Statistik Multivariat". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono (2017), "Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D". Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). "Metode Riset Pemasaran". Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2019). Pengaruh Kompetensi, Pengembangan Karir dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Boga Lestari Sentosa Indonesia (Kenny Rogers Roasters).
- Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2019). The Effect of Service Quality and Price Accuracy on Consumer Confidence and Implications for Sales Increase. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 101-110.
- Sunarsi, D., Winata, H., Gunartin, G., & Paeno, P. (2020). Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Desa Dalam Pengembangan Desa Cidokom Gunung Sindur Kabupaten Bogor. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3).
- Yusuf, A. D Sunarsi. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4 (2), 272-279.

**PENGARUH KEGIATAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBEIAN PADA PT. INDOTEX MANDIRI DI TANGERANG**

**Mahnun Mas'adi
Universitas Pamulang
dosen01017@unpam.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kegiatan promosi terhadap keputusan pembeian pada PT. Indotex Mandiri di Tangerang. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel kegiatan promosi diperoleh rata-rata skor sebesar 3,40 dengan kriteria baik. Variabel keputusan pembeian diperoleh rata-rata skor sebesar 3,82 dengan kriteria baik. Kegiatan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeian dengan persamaan regresi $Y = 7,639 + 0,900X$, dan nilai korelasi 0,791 atau kuat dengan determinasi 62,6%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kegiatan Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotional activities on purchasing decisions at PT. Indotex Mandiri in Tangerang. The method used is explanatory research with a sample of 96 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this research variable promotional activities obtained an average score of 3.40 with good criteria. The purchasing decision variable obtained an average score of 3.82 with good criteria. Promotional activities have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 7.639 + 0.900X$, and a correlation value of 0.791 or strong with a determination of 62.6%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Promotion Activities, Purchasing Decisions.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok sehari-hari masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut masyarakat membelinya dari toko-toko terdekat. PT. Indotex Mandiri merupakan agen grosir pakaian yang menjual produk dengan cara online maupun offline yang menjual dalam jumlah besar maupun satuan dengan sistem ini PT. Indotex Mandiri dapat menyuplai pakaian baik didalam maupun diluar wilayah Tangerang melalui sistem penjualan secara langsung maupun tidak langsung.

Faktor promosi yang dilakukan oleh perusahaan menjadi sangat penting karena pPromosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran, dimana komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk mengingatkan pasar atas perusahaan atau produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan, (Fandy Tjiptono, 2007:103).

Setiap usaha atau langkah yang dilakukan perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen, perusahaan dituntut untuk melakukan strategi pemasaran yang tepat agar mempunyai suatu produk yang memiliki keunggulan dari pesaingnya dan juga perusahaan harus menyampaikan informasi tentang produk-produknya agar dapat menarik konsumen yang potensial sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan hasil penjualan perusahaan.

Salah satu kegiatan pemasaran yang cukup efektif dan efisien adalah promosi. Menurut Freddy Rangkuti (2012:50), promosi adalah “Kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan”.

Promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting, karena promosi dapat mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu kelancaran maupun keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung pada manajemen didalam membuat rencana kegiatan promosi yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Dengan adanya promosi yang terencana, maka perusahaan dapat mendekati pembeli atau calon konsumen agar mau membeli produk yang mereka tawarkan. Disamping itu promosi erat kaitannya dengan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Promosi yang berhasil sebenarnya tidak hanya mampu meningkatkan hasil penjualan semata-mata, akan tetapi dapat memberikan keuntungan-keuntungan lain seperti nama perusahaan akan dikenal oleh masyarakat dan hasil produksinya dapat meningkatkan efisiensi penggunaan modal kerja, memperkecil piutang, dan lain-lain. Dan sebaliknya jika strategi tidak berhasil, maka dapat menyebabkan kenaikan biaya per unit, keuntungan yang diperoleh dalam tiap unit menurun sehingga dengan sendirinya penghasilan perbulan pun menurun.

Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui secara jelas tentang berbagai macam produk yang dimiliki PT. Indotex Mandiri, untuk itu diharapkan kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan dapat mengenai sasaran dengan tepat, guna memberikan informasi mengenai produk pakaian secara jelas, sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang dalam mengenai produk pakaian di PT. Indotex Mandiri, promosi dimaksudkan untuk menarik minat beli masyarakat, antara lain dengan memberikan informasi selengkapnya kepada masyarakat akan suatu produk yang dipasarkan. Jika kegiatan promosi terlaksana dengan baik, maka masyarakat akan tertarik dan akan membeli produk tersebut. Cara memperkenalkan produk terhadap masyarakat

dapat mengadakan acara-acara promosi seperti sosialisasi produk, pameran, *sharing session* produk didaerah-daerah yang lebih luas lagi jangkauannya dan masih banyak lagi acara lainnya yang dapat dilaksanakan guna memperkenalkan produk kepada masyarakat.

Diharapkan dengan dilaksanakannya kegiatan promosi, minat beli masyarakat akan meningkat, dikarenakan dengan tumbuhnya rasa tertarik masyarakat akan produk yang ditawarkan pada acara-acara promosi yang diselenggarakan tersebut. Dalam berbagai kegiatan promosi yang dilakukan PT. Indotex Mandiri sebisa mungkin sebagai penyelenggara acara, harus dapat membuat kegiatan promosi menjadi menarik.

Kegiatan promosi dilakukan guna memberikan informasi kepada masyarakat yang masih belum mengenal produk secara jelas, didukung dengan penyajian program-program promosi lainnya yang berhubungan dengan produk yang dipasarkan. Hal ini diharapkan dapat mendorong minat beli masyarakat akan suatu produk, minat beli masyarakat diharapkan akan berubah, dari yang sebelumnya tidak berminat untuk membeli menjadi berminat untuk membeli. Effendy (Effendy, 2003:305) mendefinisikan minat sebagai. "Kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator". Hal yang kontradiktif justru terjadi di perusahaan diantaranya kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan PT. Indotex Mandiri dalam mempengaruhi minat beli masyarakat masih sangat minim, minat beli masyarakat cenderung berkurang sehingga mengurangi omzet penjualan.

Hal ini dipengaruhi oleh kegiatan yang dilakukan contohnya menyelenggarakan program sosialisasi produk sebagai ajang memberikan informasi mengenai produk lama yang sudah ada dengan tujuan agar manfaat dari produk dapat digunakan dengan baik dan benar oleh pelanggan, selain itu untuk menarik minat pelanggan PT. Indotex Mandiri juga menyelenggarakan acara-acara untuk memperkenalkan produk barunya. Cara ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran terhadap masyarakat akan produk, dan agar lebih menarik perhatian pelanggan, penyelenggaraan disarankan dapat menyediakan berbagai macam hadiah yang dapat menarik minat masyarakat. Dengan demikian penulis tertarik untuk mengadakan riset lebih lanjut, adapun judul penelitian yang penulis lakukan adalah "Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Minat Beli Pada PT. Indotex Mandiri di Tangerang"

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kegiatan promosi pada PT. Indotex Mandiri di Tangerang?.
2. Bagaimana keputusan pembeian pada PT. Indotex Mandiri di Tangerang ?.
3. Adakah pengaruh antara kegiatan promosi terhadap keputusan pembeian pada PT. Indotex Mandiri di Tangerang ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi kegiatan promosi pada PT. Indotex Mandiri di Tangerang ?.
2. Untuk mengetahui kondisi keputusan pembeian pada PT. Indotex Mandiri di Tangerang ?.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kegiatan promosi terhadap keputusan pembeian pada PT. Indotex Mandiri di Tangerang ?.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT. Indotex Mandiri di Tangerang

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijasikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Kegiatan Promosi (X)	96	28	44	34.02	3.742
Keputusan Pembelian (Y)	96	29	49	38.27	4.259
Valid N (listwise)	96				

Kegiatan promosi diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,40 dengan standar deviasi 3,742.

Keputusan pembeian diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,82 dengan standar deviasi 4,259.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.639	2.458		3.108	.002
Kegiatan Promosi (X)	.900	.072	.791	12.537	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 7,639 + 0,900X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 7,639 diartikan jika kegiatan promosi dan motivasi tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembeian sebesar 7,639 point.
- 2) Koefisien regresi kegiatan promosi sebesar 0,900, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kegiatan promosi sebesar 0,900 maka keputusan pembeian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,900 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kegiatan promosi Terhadap Keputusan pembeian.
Correlations^b

		Kegiatan Promosi (X)	Keputusan Pembelian (Y)
Kegiatan Promosi (X)	Pearson Correlation	1	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,791 artinya kegiatan promosi memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembeian.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kegiatan promosi Terhadap Keputusan pembeian.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.626	.622	2.619

a. Predictors: (Constant), Kegiatan Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,626 artinya kegiatan promosi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 62,6% terhadap keputusan pembeian.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan promosi terhadap keputusan pembeian.

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Kegiatan promosi Terhadap Keputusan pembeian.
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7.639	2.458		3.108	.002
Kegiatan Promosi (X)	.900	.072	.791	12.537	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembeian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,537 > 1,986), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan promosi terhadap keputusan pembeian diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kegiatan promosi

Berdasarkan jawaban responden, variabel kegiatan promosi diperoleh *rating score* sebesar 3,40 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Keputusan pembeian

Berdasarkan jawaban responden, variabel keputusan pembeian diperoleh *rating score* sebesar 3,82 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Kegiatan promosi Terhadap Keputusan pembeian

Kegiatan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeian dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai korelasi sebesar 0,791 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 62,6%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,537 > 1,986). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kegiatan promosi terhadap keputusan pembeian diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel kegiatan promosi diperoleh *rating score* sebesar 3,40 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel keputusan pembeian diperoleh *rating score* sebesar 3,82 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Kegiatan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeian dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai korelasi sebesar 0,791 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 62,6% sedangkan sisanya sebesar 37,4% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,537 > 1,986).

2. Saran

- Kegiatan Promosi PT. Indotex Mandiri harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan lagi, terutama dalam hal tingkat manfaat kupon yang diberikan dan Tingkat pemberian Barang Iklan yang masih belum terlalu disukai oleh Pelanggan, untuk itu PT. Indotex Mandiri harus segera mengganti atau mengadakan perbaikan, dan jangan terlalu dibiarkan terlalu lama.
- Minat beli Masyarakat harus lebih ditumbuhkan dan ditingkatkan kembali, karena tingkat keinginan menggunakan produk serta tingkat pengaruh kualitas masih rendah

maka harus dapat segera diselesaikan agar tujuan yang dicapai bisa dapat tercapai atau bahkan bisa melewati target yang diinginkan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *“Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi”*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bashu Swastha dan T. Handoko (2015) *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta. Buchari Alma. 2014. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali (2017). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *“Riset Sumber Daya Manusia”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Khari, Ismu Fadli (2011). *“Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online”*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler dan Amstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas”. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lukiastuti, Fitri, et.al (2020). The Influence of Entrepreneur’s Personal Characteristics on SMES Performance Mediated by Entrepreneurial Orientation. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. Volume 24 - Issue 8
- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Phipil Kotler dan Kevin Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.
- Rao, Purba, (2012). *“Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis”*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). *“Menguasai Statistik Multivariat”*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudjana (2014) *“Metode Statistika”*, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), *“Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D”*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). *“Metode Riset Pemasaran”*. Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2016, October). Pengaruh Minat, Motivasi Dan Kecerdasan Kognitif Terhadap Prestasi Belajar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Pamulang. Thn. Akademik 2015-2016). In *Proceedings* (Vol. 1, No. 1).
- Sunarsi, D. (2017). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Mercolade Tangerang.
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakterisrik Sistem Pendukungnya: Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. Vol 2 No 3

**PENGARUH LOAN TO DEPOSIT RATIO DAN NON PERFORMING
LOAN TERHADAP RETURN ON ASSET
PADA PT. PERMATA BANK TBK DI JAKARTA**

Noryani
Universitas Pamulang
dosen02015@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Loan to deposit ratio dan Non performing loan Terhadap Return on asset Pada PT. Permata Bank Tbk di Jakarta. Metode yang digunakan adalah explanatory research. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini Loan to deposit ratio berpengaruh signifikan terhadap Return on asset sebesar 46,5%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $(2,639 > 2,306)$. Non performing loan tidak berpengaruh signifikan terhadap Return on asset sebesar 23,4%, uji hipotesis diperoleh t hitung $<$ t tabel atau $(-1,561 < 2,306)$. Loan to deposit ratio dan Non performing loan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Return on asset diperoleh persamaan regresi $Y = -406,741 + 5,837X_1 + 20,175X_2$ dan nilai determinasi sebesar 61,8%, uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau $(5,663 > 4,350)$.

Kata Kunci: Loan To Deposit Ratio, Non Performing Loan, Return On Asset.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of loan to deposit ratio and non performing loan to return on assets at PT. Permata Bank Tbk in Jakarta. The method used is explanatory research. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study Loan to deposit ratio has a significant effect on Return on assets by 46.5%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or $(2,639 > 2,306)$. Non performing loans have no significant effect on Return on assets by 23.4%, hypothesis testing obtained t count $<$ t table or $(-1.561 < 2.306)$. Loan to deposit ratio and non-performing loans simultaneously have a significant effect on Return on assets, the regression equation $Y = -406,741 + 5,837X_1 + 20,175X_2$ and a determination value of 61.8%, hypothesis testing obtained F value $>$ F table or $(5,663 > 4,350)$.

Keywords: Loan To Deposit Ratio, Non Performing Loan, Return On Assets.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan merupakan industri yang syarat terutama karena melibatkan pengolahan uang masyarakat dan diputar dalam bentuk berbagai investasi, seperti pemberian kredit, pembelian surat-surat berharga dan penambahan dana lainnya. Kondisi perbankan di Indonesia selama tahun 2013 – 2017 merupakan periode yang penuh dengan dinamika bagi industri perbankan nasional. Di tengah beratnya tantangan yang di hadapi, bank pada umumnya mampu mempertahankan kinerja yang positif. Profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas bank stabil pada tingkat yang memadai, namun demikian, fungsi intermediasi masih terkendala akibat perubahan kondisi perekonomian yang kurang menguntungkan.

Bank merupakan lembaga intermediasi bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang berkekurangan dana. Dimana bank memiliki beberapa fungsi, salah satunya adalah *Agent Of Trust*. *Agent Of Trust* yang berarti dalam kegiatan usahanya bank mengandalkan kepercayaan (*trust*) masyarakat. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak disalahgunakan oleh bank uangnya akan dikelola dengan baik dan bank tidak akan bangrut.

Untuk mengukur kinerja perusahaan yang baik adalah profit, maka dapat digunakan analisis profitabilitas. *Profitability Analysis* yang implementasinya adalah *Profitability Ratio* disebut juga *operating ratio*, ada dua tipe rasio yakni *Margin On Sale* untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengendalikan pengeluaran yang hubungannya dengan penjualan, melalui *Gross Profit Margin*, *Operating Margin* dan *Net Profit Margin*.

Bank Indonesia juga lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan ROA dibandingkan dengan ROA karena bank Indonesia lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan *asset* yang danannya sebagian besar berasal dari simpanan masyarakat sehingga ROA lebih mewakili dalam mengukur tingkat profitabilitas bank.

PT. Permata Bank Tbk. merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan, yaitu kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat (berupa tabungan, deposito, giro dan investasi) dan menyalurkan kepada masyarakat berupa pembelian kredit. Oleh karenanya, Permata Bank menyadari akan pentingnya menjaga dan meningkatkan kesehatan kinerjanya dalam upaya mempertahankan eksistensi bisnis melalui peningkatan profitabilitas. Dalam upaya meningkatkan *Return Of Assets* (ROA), manajemen bank juga perlu untuk memperhatikan besarnya likuiditas. Tingkat kemampuan bank memenuhi kewajiban keuangan yang harus dibayar (likuiditas). Tingkat likuiditas dapat diukur antara lain dengan rasio keuangan yaitu *Loan To Deposit Ratio* (LDR) yang merupakan rasio untuk menilai likuiditas suatu bank dengan cara membagi jumlah kredit yang diberikan oleh bank terhadap dana oleh pihak ketiga.

Loan To Deposit Ratio (LDR) merupakan perbandingan antara kredit yang di berikan dengan dana pihak ketiga, termasuk pinjaman yang di terima, tidak termasuk pinjaman subordinasi. Dengan kata lain, rasio yang digunakan untuk mengukur komposisi jumlah kredit yang diberikan dibandingkan dengan jumlah dana masyarakat dan modal sendiri yang digunakan. Rasio ini menggambarkan kemampuan bank membayar kembali penarikan yang dilakukan nasabah deposan dengan mengandalkan kredit yang diberikan sebagai sumber likuiditasnya. Semakin tinggi rasio ini semakin rendah kemampuan likuiditas bank. *Loan To Deposit Ratio* mempunyai peranan yang sangat penting sebagai indikator yang menunjukkan tingkat ekspansi kredit yang dilakukan bank sehingga *Loan To Deposit Ratio* (LDR) dapat digunakan untuk mengukur

berjalan tidaknya suatu fungsi intermediasi bank.

Diakui atau tidak, bahwa dalam bisnis perbankan yang menjadi bisnis utama dalam kredit. Semakin banyak kredit yang diberikan oleh bank kepada masyarakat, maka semakin untung bank tersebut. Logikannya, banyaknya masyarakat yang melakukan pinjaman dana, baik untuk modal usaha maupun konsumsi, maka pada saat melakukan pembayaran kepada bank, mereka dikenakan bunga (*interest*), nah bunga inilah yang kemudian menjadi profit bagi bank.

Berdasarkan data laporan Permata Bank tahun 2013 – 2017, terlihat bahwa pertumbuhan *Loan To Desposit Ratio* (LDR) dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, namun besarnya *Loan To Desposit Ratio* (LDR) Permata Bank, Tbk. masih dibawah standar yang ideal yakni sebesar 10% ini menjadi permasalahan yang serius yang dihadapi oleh Permata Bank, dimana sangat wajar jika kemampuan bank dalam menghasilkan laba masih belum maksimal, mengingat kemampuan bank dalam mengoprasikan usahannya masih sangat rendah.

Tabel 1. LDR dan NPL terhadap ROA PT Permata Bank, Tbk (dalam persen)

Tahun	LDR (%)	NPL (%)	ROA (%)
2010	81.82	4.62	1.72
2011	90.61	5.54	3.98
2012	87.53	2.14	1.92
2013	83.13	2.66	1.74
2014	89.52	1.78	2.72
2015	75.26	1.35	1.65
2016	99.84	1.13	2,23
2017	88.85	1.11	1,27
2018	80.52	2.17	3.93
2019	71.56	3.13	1.21

Sumber : Data Permata Bank, 2019

Berdasarkan pada tabel 1 di atas, sampel data *Rasio Return on asset* (ROA) tahun 2010 sampai 2019 menunjukkan nilai yang fluktuasi. Nilai *Return on asset* (ROA) yang menurun pada tahun 2016 di pengaruhi oleh beberapa faktor lainnya. Dimana faktor-faktor ini juga dapat digunakan dalam penilaian kinerja maupun laba yang diperoleh bank seperti *Loan To Deposit Ratio* (mewakili resiko likuiditas), serta *Non Performing Loan* (mewakili resiko kredit).

Selain masalah pemberian kredit *Loan To Deposit Ratio* (LDR), masalah yang sering dihadapi bisnis perbankan adalah adanya persaingan tajam yang tidak seimbang yang dapat menimbulkan ketidak efisien manajemen yang berakibat pada pendapatan dan munculnya kredit bermasalah yang dapat menurunkan laba. Kredit bermasalah akan mempengaruhi permodalan yang juga dapat menyebabkan bank mengalami masalah likuiditas.

Kredit yang diberikan oleh bank merupakan bagian terbesar dari aset yang dimiliki oleh bank yang bersangkutan oleh karna itu, kegiatan perkreditan merupakan tulang punggung dari kegiatan utama bank melihat peranan kredit yang sangat besar dalam perekonomian tentunya pemerintah dan perbankan harus menerapkan kebijakan yang dapat dalam mengatur keseimbangan kredit nasional. Kredit menjadi sumber pendapatan dan keuntungan bank yang terbesar. Disamping itu kredit juga merupakan jenis kegiatan penanaman dana yang sering menjadi penyebab utama suatu bank dalam menghadapi masalah besar maka tidak berlebihan apabila dikatakan bahwa usaha bank sangat dipengaruhi oleh keberhasilan mereka mengelola kredit usaha bank yang berhasil mengelola kreitnya akan berkembang, sedangkan usaha bank yang selalu di rong-rong

kredit bermasalah akan mundur.

Pada dasarnya semua bisnis tidak terlepas dari resiko kegagalan demikian pula dengan dunia perbankan pemberian kredit yang dilakukan oleh bank mengandung resiko yaitu berupa tidak lancarnya pembayaran kredit atau dengan kata lain kredit bermasalah *Non Performing Loan* (NPL) sehingga akan mempengaruhi kinerja bank data terbaru bank indonesia (BI) mengungkapkan bahwa kualitas kredit perbankan cenderung mengalami penurunan. Indikasinya terlihat sangat jelas dari peningkatan kredit macet atau *Non Performing loan* (NPL). Untuk *Non Performing Loan* (NPL) bank indonesia telah menentukan sebesar 5%. Apabila bank mampu menekan *Rasio Non Performing Loan* (NPL) dibawah 5%, maka potensi keuntungan yang akan diperoleh akan semakin besar, karena bank-bank akan menghemat uang yang diperlukan untuk membentuk cadangan kerugian kredit bermasalah penyisihan penghapusan aktiva produktif (PPAP).

Melambatnya pertumbuhan ekonomi berdampak pada pertumbuhan kredit dan dana pihak ketiga, serta kenaikan biaya cadangan kredit bermasalah maupun beban operasional, Permata Bank menghadapi tekanan profitabilitas.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *Loan To Deposit Ratio* (LDR), dan *Non Performing Loan* (NPL) terhadap profitabilitas *Return on asset* (ROA) pada PT Permata Bank, Tbk.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh antara Loan to deposit ratio terhadap Return on asset pada PT. Permata Bank Tbk di Jakarta ?.
2. Adakah pengaruh antara Non performing loan terhadap Return on asset pada PT. Permata Bank Tbk di Jakarta ?.
3. Adakah pengaruh secara simultan antara Loan to deposit ratio dan Non performing loan terhadap Return on asset pada PT. Permata Bank Tbk di Jakarta ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Loan to deposit ratio terhadap Return on asset pada PT. Permata Bank Tbk di Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Non performing loan terhadap Return on asset pada PT. Permata Bank Tbk di Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara Loan to deposit ratio dan Non performing loan terhadap Return on asset pada PT. Permata Bank Tbk di Jakarta.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berdasar laporan keuangan selama 10 tahun PT. Permata Bank Tbk di Jakarta

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini laporan keuangan selama 10 tahun.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji asumsi klasik, regresi, koefisien korelasi,

koefisien determinasi dan uji hipotesis baik parsial maupun simultan.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui besarnya persentase minimum dan maksimum, persentase rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LDR (X1)	10	71.56	99.84	84.8640	8.18092
NPL (X2)	10	1.11	5.54	2.5630	1.49098
ROA (Y)	10	1.21	223.00	36.8870	76.23358
Valid N (listwise)	10				

Loan to deposit ratio diperoleh nilai minimum sebesar 71,56% dan nilai maximum 99,84% dengan rata-rata sebesar 84,86% dengan standar deviasi 8,18%.

Non performing loan diperoleh nilai minimum sebesar 1,11% dan nilai maximum 5,54% dengan nilai rata-rata sebesar 2,56% dengan standar deviasi 1,49%.

Return on asset diperoleh nilai minimum sebesar 1,21% dan nilai maximum 223,0% dengan rata-rata sebesar 36,88% dengan standar deviasi 76,23%.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-406.741	194.163		-2.095	.074
LDR (X1)	5.837	2.199	.626	2.654	.033
NPL (X2)	-20.175	12.066	-.395	-1.672	.138

a. Dependent Variable: Return on asset (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = -406,741 + 5,837X1 + 20,175X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar -406,741 diartikan jika Loan to deposit ratio dan Non performing loan tidak ada, maka telah terdapat nilai Return on asset sebesar -406,741 point.
- 2) Koefisien regresi Loan to deposit ratio sebesar 5,837, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan Loan to deposit ratio sebesar 5,837 maka Return on asset juga akan mengalami peningkatan sebesar 5,837 point.
- 3) Koefisien regresi Non performing loan sebesar 20,175, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan Non performing loan sebesar 20,175 maka Return on asset juga akan mengalami peningkatan sebesar 20,175 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Loan to deposit ratio Terhadap Return on asset.
Correlations^b

		Loan to deposit ratio (X1)	Return on asset (Y)
LDR (X1)	Pearson Correlation	1	.682 [*]
	Sig. (2-tailed)		.030
ROA (Y)	Pearson Correlation	.682 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.030	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,682 artinya Loan to deposit ratio memiliki hubungan yang kuat terhadap Return on asset.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Non performing loan Terhadap Return on asset.
Correlations^b

		Non performing loan (X2)	Return on asset (Y)
NPL (X2)	Pearson Correlation	1	-.483
	Sig. (2-tailed)		.157
ROA (Y)	Pearson Correlation	-.483	1
	Sig. (2-tailed)	.157	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar -0,483 artinya Non performing loan memiliki hubungan yang sedang terhadap Return on asset.

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Loan to deposit ratio dan Non Performing Loan Secara Simultan Terhadap Return on asset.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.618	.509	53.42527

a. Predictors: (Constant), NPL (X2), LDR (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,786 artinya Loan to deposit ratio dan Non performing loan secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap Return on asset.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Loan to deposit ratio Terhadap Return on asset.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.399	59.11921

a. Predictors: (Constant), LDR (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,465 artinya Loan to deposit ratio memiliki kontribusi pengaruh sebesar 46,5% terhadap Return on asset.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Non performing loan Terhadap Return on asset.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.483 ^a	.234	.138	70.79019

a. Predictors: (Constant), NPL (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,234 artinya Non performing loan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 23,4% terhadap Return on asset.

Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Loan to deposit ratio dan Non performing loan Terhadap Return on asset.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.618	.509	53.42527

a. Predictors: (Constant), NPL (X2), LDR (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,618 artinya Loan to deposit ratio dan Non performing loan secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 61,8% terhadap Return on asset, sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Loan to deposit ratio Terhadap Return on asset.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-502.612	205.276		-2.448	.040
	LDR (X1)	6.357	2.409	.682	2.639	.030

a. Dependent Variable: ROA (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (2,639 > 2,306), dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara Loan to deposit ratio terhadap Return on asset.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Non performing loan Terhadap Return on asset.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	100.213	46.330		2.163	.062
	NPL (X2)	-24.708	15.826	-.483	-1.561	.157

a. Dependent Variable: ROA (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung < t tabel atau (-1,561 < 2,306), dengan demikian tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Non performing loan terhadap Return on asset.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Loan to deposit ratio dan Non performing loan Terhadap Return on asset.

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32324.220	2	16162.110	5.662	.034 ^b
	Residual	19979.815	7	2854.259		
	Total	52304.035	9			

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (5,663 > 4,350), dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara Loan to deposit ratio dan Non performing loan terhadap Return on asset.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Loan to deposit ratio Terhadap Return on asset

Loan to deposit ratio berpengaruh signifikan terhadap Return on asset dengan korelasi sebesar 0,682 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,5%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (2,639 > 2,306). Dengan demikian terdapat pengaruh signifikan antara Loan to deposit ratio terhadap Return on asset.

2. Pengaruh Non performing loan Terhadap Return on asset

Non performing loan berpengaruh signifikan terhadap Return on asset dengan korelasi sebesar -0,483 atau memiliki hubungan yang sedang dengan kontribusi pengaruh sebesar 23,4%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung < t tabel atau (-1,561 < 2,306). Dengan demikian tidak terdapat pengaruh signifikan antara Non performing loan terhadap Return on asset.

3. Pengaruh Loan to deposit ratio dan Non performing loan Terhadap Return on asset

Loan to deposit ratio dan Non performing loan berpengaruh signifikan terhadap Return on asset dengan diperoleh persamaan regresi $Y = -406,741 + 5,837X_1 + 20,175X_2$, nilai korelasi sebesar 0,786 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 61,8% sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (5,663 > 4,350). Dengan demikian terdapat pengaruh signifikan antara Loan to deposit ratio dan Non performing loan terhadap Return on asset.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Loan to deposit ratio berpengaruh signifikan terhadap Return on asset dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,5%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (2,639 > 2,306).
- Non performing loan tidak berpengaruh signifikan terhadap Return on asset dengan kontribusi pengaruh sebesar 23,4%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung < t tabel atau (-1,561 < 2,306).
- Loan to deposit ratio dan Non performing loan berpengaruh signifikan terhadap Return on asset dengan kontribusi pengaruh sebesar 61,8% sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (5,663 > 4,350).

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti mencoba memberikan beberapa saran bagi praktisi dan pengguna lainnya. Nasabah dan investor memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan secara maksimal. Keuntungan tersebut dapat dilihat dari tingkat kesehatan dan kinerja bank melalui laporan keuangan yang diterbitkan oleh bank itu sendiri. Nasabah dan investor dapat melihat dan mempertimbangkan rasio loan to deposit ratio, non performing loan, capital adequacy ratio, net interest margin, biaya operasional pendapatan operasional yang dimiliki masing-masing bank, karena kelima variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kesehatan dan kinerja bank yang dapat dilihat dari return on asset bank tersebut

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono. (2010). "Manajemen Keuangan Toeri dan Aplikasi", Edisi keempat, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Amelia, R. W., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Return On Asset Dan Return On Equity Terhadap Debt To Equity Ratio Pada PT. Kalbe Farma, TBK. Ad Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4(01), 105-114.
- Arikunto, Suharsimi (2014). "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*". Jakarta: Rineka Cipta.
- Fahmi, Irham (2012), "Pengantar Manajemen Keuangan" Cetakan pertama. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Hidayat, A., & Sunarsi, D. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dana Pihak Ketiga Dan Dampaknya Terhadap Profitabilitas (Survey Pada Bpr Syariah Di Jawa Barat Tahun 2014–2017). Jurnal Proaksi, 7(1), 54-65.
- Imam Ghozali (2017). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) "Riset Sumber Daya Manusia". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J. (2019). The Effect of Liquidity and Working Capital Turnover on Profitability at PT. Sumber Cipta Multiniaga, South Jakarta. PINISI Discretion Review, 3(1), 29-38.
- Jasmani, Jasmani, and Denok Sunarsi. "The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang." *PINISI Discretion Review* 1.1 (2020): 165-174.
- Kasmir. (2012) "Pengantar Manajemen Keuangan", Edisi Pertama, Cetakan kedua, Jakarta: Prenada Media..
- Santoso, Singgih (2015). "*Menguasai Statistik Multivariat*". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sartono, "Manajemen Keuangan Aplikasi Dan Teori", Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta, 2008.
- Sawir, (2003). "Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan", Cetakan ketiga, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyarso, G. dan F. Winarni, "Manajemen Keuangan (Pemahaman Laporan Keuangan, Pengelolaan Aktiva, Kewajiban dan Modal serta Pengukuran
- Sugiyono (2017), "*Metode Penelitian Administrasi: dilengkapi dengan Metode R & D*". Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2017). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Mercolade Tangerang.

- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 - 194.
- Susanti, N., Latifa, I., & Sunarsi, D. (2020). The Effects of Profitability, Leverage, and Liquidity on Financial Distress on Retail Companies Listed on Indonesian Stock Exchange. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 45-52.

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA
HANA BANK KANTOR PUSAT JAKARTA**

**Retno Wulansari
Universitas Pamulang
dosen00568@unpam.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada Hana Bank Kantor Pusat Jakarta. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 85 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel motivasi diperoleh rata-rata skor sebesar 3,42 dengan kriteria baik. Variabel kinerja karyawan diperoleh rata-rata skor sebesar 3,84 dengan kriteria baik. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 8,733 + 0,866X$, dan nilai korelasi 0,783 atau kuat dengan determinasi 61,3%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Motivasi, Kinerja Karyawan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of motivation on employee performance at Hana Bank Jakarta Head Office. The method used is explanatory research with a sample of 85 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study the motivation variable obtained an average score of 3.42 with good criteria. Employee performance variables obtained an average score of 3.84 with good criteria. Motivation has a significant effect on employee performance with the regression equation $Y = 8.733 + 0.866X$, and a correlation value of 0.783 or strong with a determination of 61.3%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Motivation, Employee Performance.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dimana persaingan perdagangan bebas yang menjadi tantangan baru, sebagai era tanpa batas yang tercermin dengan adanya kebebasan dalam berusaha, kebebasan dalam berpendapat, dan dalam bersaing, praktis tidak ada lagi batas antar satu Negara dengan Negara lain. Era globalisasi adalah kebebasan berusaha yang kemudian dipacu dengan persaingan bebas yang tidak ada lagi batasannya dalam suatu wilayah atau Negara tertentu. Kebebasan berusaha sudah menjadi tuntutan semua masyarakat diseluruh dunia. Keberadaan manajemen SDM sangat penting bagi perusahaan dalam mengelola, mengatur, mengurus dan menggunakan SDM sehingga berfungsi secara efisien, efektif dan produktif merupakan hal yang paling penting untuk mencapai tujuan perusahaan.

Selain itu manajemen juga untuk mencapai suatu tujuan melalui kegiatan orang lain, artinya tujuan dapat dicapai bila dilakukan oleh satu orang atau lebih. Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu Hasibuan (2014:2).

Dalam manajemen sumber daya manusia, karyawan adalah kekayaan (*asset*) utama perusahaan, sehingga harus dipelihara dengan baik. Manajemen SDM menggunakan pendekatan modern dan kajian secara makro. Faktor yang menjadi perhatian dalam manajemen SDM adalah mausianya itu sendiri. Saat ini sangat disadari bahwa SDM merupakan masalah perusahaan yang paling penting karena dengan SDM menyebabkan sumber daya yang lain dalam perusahaan dapat berfungsi atau dijalankan. Melalui SDM yang efektif mengharuskan manajer atau pimpinan dapat menemukan cara terbaik dalam mendayagunakan orang-orang yang ada dalam lingkungan perusahaannya agar tujuan-tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Adapun manajemen sumber daya manusia menurut Sedarmayanti (2015:13) adalah “Kebijakan dan praktik menentukan asper “manusia” atau sumber daya manusia dalam posisi manajemen termaksud merekrut, menyaring, melatih. Memberi penghargaan dan penilaian”. Berhubungan dengan sumber daya manusia yang merupakan perangkat utama atas kelancara aktivitas suatu organisasi dapat berkembang dengan baik, jika tenaga kerja yang berada dalam organisasi dapat berkembang dengan baik, jika tenaga kerja yang berada dalam organisasi tersebut diberikan motivasi terkait dengan tumbuh dan berkembangnya sifat seseorang, sebab motivasi merupakan bagian dalam rangka mendorong karyawan untuk berkerja sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi seringkali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seorang Edy Sutrisno (2014:109). Pemberian rangsangan yang dapat menimbulkan semangat dan dorongan kerja seoptimal mungkin agar seseorang mau berkerja sama, berkerja secara efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai tujuan organisasi dan memuaskan kebutuhan individu. Besar atau kecilnya pengaruh motivasi kerja tergantung pada seberapa banyaknya intensitas motivasi yang diberikan, melalui tanggung jawab dalam melakukan pekerjaan, prestasi yang dicapainya, pengembangan diri, serta kemandirian dalam bertindak. Motivasi adalah sikap hormat terhadap peraturan dan ketetapan perusahaan, yang ada dalam diri karyawan, yang menyebabkan menyesuaikan diri dengan sukarela pada peraturan dan ketetapan perusahaan Edy Sutrisno (2016:87).

Motivasi harus ditegakan dalam organisasi perusahaan. Tanpa dukungan motivasi karyawan yang baik, sulit perusahaan untuk mewujudkan tujuannya. Jadi, kemotivasian adalah kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Kinerja kerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang kinerja karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya Anwar Prabu Mangkunegara (2013:67). Dari pengertian kinerja tersebut maka kinerja kerja karyawan berarti prestasi atau kontribusi yang diberikan oleh karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab serta fungsinya sebagai karyawan perusahaan. Kinerja kerja dapat dicapai dengan mengandalkan kemampuan intelektual, emosional, dan spiritual serta ketahanan diri dalam menghadapi situasi segala aspek kehidupan.

Hana Bank dalam usaha pencapaian tujuannya mengharapkan seluruh karyawan mampu menjalankan tugas-tugasnya dengan baik. Keinginan tersebut dapat dicapai bila karyawan memiliki motivasi kerja yang tinggi karna apabila tidak ada motivasi kerja, seorang tidak akan mencapai yang diharapkan walupun landasan oleh kemampuan dan pengalaman, karena motivasi kerja dapat mempengaruhi kualitas *out put* tersebut.

Berdasarkan observasi masih banyak karyawan tidak motivasi dalam hal absensi kehadiran dikarenakan tidak adanya tindakan tegas dari pemimpin terhadap karyawan yang melanggar peraturan.

Sementara itu dari segi kinerja kerja karyawan terdapat permasalahan mendasar yang penulis temukan yaitu kurangnya kemampuan karyawan dalam menjalankan standar yang ditentukan oleh atasannya, minimnya alat atau sarana yang diberikan atasan dalam menunjang kinerja kerja karyawan, terdapat karyawan yang tidak berkompetensi dibidangnya mengakibatkan penurunan kinerja kerjanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hana Bank Kantor Pusat Jakarta "**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana motivasi pada pada Hana Bank Kantor Pusat Jakarta ?.
2. Bagaimana kinerja karyawan pada Hana Bank Kantor Pusat Jakarta ?.
3. Adakah pengaruh antara motivasi terhadap kinerja karyawan pada Hana Bank Kantor Pusat Jakarta ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi motivasi pada Hana Bank Kantor Pusat Jakarta ?.
2. Untuk mengetahui kondisi kinerja karyawan pada Hana Bank Kantor Pusat Jakarta ?.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara motivasi terhadap kinerja karyawan pada Hana Bank Kantor Pusat Jakarta ?.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 85 responden Hana Bank Kantor Pusat Jakarta

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijasikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motivasi (X)	96	28	44	34.20	3.810
Kinerja Karyawan (Y)	96	29	49	38.36	4.218
Valid N (listwise)	96				

Motivasi diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,42 dengan standar deviasi 3,810.

Kinerja karyawan diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,84 dengan standar deviasi 4,218.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	8.733	2.445		3.572	.001
Motivasi (X)	.866	.071	.783	12.193	.000

a. Dependent Variable: Kinerja karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 8,733 + 0,866X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 8,733 diartikan jika motivasi dan motivasi tidak ada, maka telah terdapat nilai kinerja karyawan sebesar 8,733 point.
- 2) Koefisien regresi motivasi sebesar 0,866, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan motivasi sebesar 0,866 maka kinerja karyawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,866 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Motivasi Terhadap Kinerja karyawan.
Correlations^b**

		Motivasi (X1)	Kinerja karyawan (Y)
Motivasi (X)	Pearson Correlation	1	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kinerja Karyawan (Y)	Pearson Correlation	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,783 artinya motivasi memiliki hubungan yang kuat terhadap kinerja karyawan.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Motivasi Terhadap Kinerja karyawan.
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.609	2.639

a. Predictors: (Constant), Motivasi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,613 artinya motivasi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 61,3% terhadap kinerja karyawan.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan.

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Motivasi Terhadap Kinerja karyawan.
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.733	2.445		3.572	.001
	Motivasi (X)	.866	.071	.783	12.193	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,193 > 1,986), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Motivasi

Berdasarkan jawaban responden, variabel motivasi diperoleh *rating score* sebesar 3,42 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kinerja karyawan

Berdasarkan jawaban responden, variabel kinerja karyawan diperoleh *rating score* sebesar 3,84 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja karyawan

Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai korelasi sebesar 0,783 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 61,3%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($12,193 > 1,986$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Variabel motivasi diperoleh *rating score* sebesar 3,42 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- b. Variabel kinerja karyawan diperoleh *rating score* sebesar 3,84 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- c. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai korelasi sebesar 0,783 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 61,3% sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($12,193 > 1,986$).

2. Saran

- a. Perusahaan harus menegakkan peraturan dengan baik sesuai dengan ketentuan yang berlaku guna menjamin kinerja karyawan diperlakukan dengan adil.
- b. Perusahaan harus selalu memberikan semangat dan apresiasi yang layak untuk memastikan kinerja karyawan memiliki semangat kerja yang tinggi.
- c. Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan memberdayakan kinerja karyawan dengan menegakkan peraturan yang baik dan pemberian motivasi yang lebih inten lagi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M (2014) *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Dessler, G. (2006.) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Jilid II)*. Jakarta: Indeks.
- George Terry R & Rue, Leslie W. Rue (2016) *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta Bumi Aksara.
- Gerry Dessler (2016) *Human Resources Management*, Prenticehall, London: International Inc.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Imam Ghozali (2017). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) “*Riset Sumber Daya Manusia*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J., & Paeno, P. (2019). The Effect of Leadership and Competence on Lecturer Performance and Its Implications on Student Learning Motivation at Pamulang University. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(4).
- Luthans Fred (2014) *Organizational Behavior*, Ney York: McGraw-Hill, New York.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2016). *Evaluasi Kinerja SDM*. Cetakan ke tujuh, PT Refika Aditama: Bandung.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.

- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.
- Robbins, P.S, & Judge, A.T. (2003). *Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2017), "*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*". Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2018). Buku Ajar: Seminar Perencanaan Sumber Daya Manusia. Tangerang Selatan: Asmoro Mediatama
- Sunarsi, D. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakteristik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 – 194
- Veithzal Rivai (2015) *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wibowo (2015) *Manajemen Kinerja*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEWPIE SALAD DRESSING
PADA PT. KEWPIE INDONESIA**

Triyadi^{1*}, Kiki Dwi Wijayanti², Abdul Rahman Safih³
Universitas Pamulang
dosen02488@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel citra merek diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,41 dengan kriteria baik. Variabel keputusan pembelian diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,83 dengan kriteria baik. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai persamaan regresi $Y = 8,952 + 0,863X$, dan nilai koefisien korelasi 0,778 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 60,6%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image on purchasing decisions of Kewpie Salad Dressing at PT. Kewpie Indonesia. The method used is explanatory research with a sample of 96 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study, the brand image variable obtained an average score of 3.41 with good criteria. The purchase decision variable obtained an average score of 3.83 with good criteria. Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 8.952 + 0.863 X$, and a correlation coefficient value of 0.778 or has a strong level of relationship with a determination value of 60.6%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Brand Image, Purchase Decision.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Gaya hidup sehat khususnya di Daerah Khusus Ibukota Jakarta sedang menjadi pembicaraan serta tren baru. Bahkan, kini menjadi kebutuhan yang harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Banyaknya penyakit yang biasanya menyerang orangtua mulai menyerang anak muda berumur kisaran 20-30 tahun. Penyakit yang muncul tersebut terjadi akibat kurangnya kontrol dan pengetahuan mengenai kesehatan juga kebugaran tubuh. Penyakit tersebut, memunculkan kesadaran diri untuk mengubah pola hidup menjadi lebih baik, salah satunya menjaga pola makan dan olahraga yang rutin. Pemerintah melalui dinas kesehatan sedang giatnya melakukan sosialisasi tentang pola hidup sehat yang didukung oleh keterlibatan media iklan maupun sosial dalam menyampaikannya.

Seiring perkembangan zaman, banyak sekali varian makanan sehat yang di buat. Salah satunya adalah salad. Salad adalah makanan sehat yang terbuat dari sayuran dan buah-buahan yang di lengkapi dengan saus salad atau biasa disebut *Dressing*. Di Indonesia sejak dulu sudah ada yang namanya rujak dan pecel, namun seiring berjalannya waktu, terdapat inovasi yang berkembang dengan menciptakan produk untuk saus siram salad. Banyak ditemukan produk-produk saus salad disupermarket, dari mulai yang impor, lokal, hingga produk impor yang sudah memiliki pabrik di Indonesia. Hal ini disebabkan pula oleh perilaku konsumen yang ingin mengkonsumsi sayuran atau buah dengan menggunakan saus salad secara mudah dan cepat.

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan”. Schiffman dan Kanuk (2008:6) berpendapat bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia. Makan makanan sehat seperti salad membuat bahagia bagi para penggemar salad, karena mendapatkan manfaat bagi kesehatan tubuhnya. Apalagi dengan saus salad yang beragam merek dan rasa sesuai selera konsumen.

Persaingan yang ketat dalam berbagai merek produk saus salad yang dijual di supermarket, membuat para pebisnis saus salad berlomba-lomba menciptakan varian yang digemari konsumennya. Dengan menciptakan rasa yang memanjakan lidah dan kualitas produk yang bagus merupakan salah satu cara merebut hati konsumen untuk menjadi pelanggannya, serta membangun citra yang baik dimata konsumen. Citra dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian produk, oleh karena itu citra menjadi faktor penting bagi keberhasilan pemasaran suatu produk.

Persaingan bisnis merupakan persaingan yang harus dihadapi oleh perusahaan. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan saus salad untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Agar dapat keluar dari situasi yang mengancam kehidupan perusahaan, maka manajemen perusahaan dituntut untuk menciptakan rasa dan mengimplementasikan dengan menu-menu baru. Menggunakan menu-menu baru dengan saus salad merupakan satu dari sekian banyaknya strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Pada akhirnya, strategi tersebut dapat menciptakan suatu kesetiaan konsumen terhadap perusahaan.

Citra merek menjadi faktor penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk salad dressing. Mengingat perkembangan bisnis sangat pesat dan banyaknya peluang untuk memasuki bisnis salad dressing, maka studi tentang citra merek salad dressing sangat diperlukan untuk mengukur daya saing dipasaran. PT. Kewpie Indonesia selalu berupaya menciptakan rasa yang baik.

Mengenai citra merek adalah kesan yang dipikirkan dan yang diketahui oleh seseorang atau kelompok mengenai suatu hal baik perusahaan maupun produknya yang diperoleh melalui pengalaman (Buchari Alam 2000:317). Citra sebagai bagian perusahaan, sehingga perusahaan selalu berusaha menjaga citra agar ada komunikasi positif konsumen dengan perusahaan dan konsumen dengan konsumen, yang berakibat pada rekomendasi konsumen kepada konsumen potensial untuk menjadi konsumen yang loyal pada perusahaan.

Kewpie Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufacturing makanan, dalam hal ini adalah saus dressing dan mayonnaise serta olahan telur. Perusahaan Kewpie sudah berdiri sejak 100 tahun lalu di Jepang dan mulai membangun bisnis tahun 2013 di Indonesia. Dengan sertifikat halal dan NKV, Kewpie Indonesia menyediakan produk makanan halal, aman serta berkualitas untuk masyarakat Indonesia. Produk-produk PT. KEWPIE INDONESIA tahun 2016 memperoleh sertifikat FSSC 22000 dan ISO 22000:2005, yang merupakan system manajemen keamanan pangan untuk seluruh rantai produksi pangan yang berlaku secara internasional.

Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang yang sama dan juga banyak produk impor yang masuk ke Indonesia, maka PT Kewpie Indonesia memiliki banyak sekali kompetitor seperti *MAESTRO* dari Mamasukan Indonesia, *REMIA* produk Jerman dan masih banyak lagi.

Namun demikian, citra merek Kewpie masih banyak yang belum mengetahui dan bagaimana kualitas produk serta cita rasa yang disajikan oleh kewpie salad dressing sehingga akan mendapatkan lebih banyak lagi konsumen yang mau mencoba kewpie.

Berdasarkan latar tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana citra merek Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia ?.
2. Bagaimana keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia ?.
3. Adakah pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi citra merek Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia.
2. Untuk mengetahui kondisi keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian Kewpie Salad Dressing Pada PT. Kewpie Indonesia.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT. Kewpie Indonesia

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, *rating score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Citra merek (X1)	96	28	44	34.10	3.889
Keputusan pembelian (Y)	96	29	49	38.39	4.312
Valid N (listwise)	96				

Citra merek diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,410 dengan standar deviasi 3,889. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,839 dengan standar deviasi 4,312. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.952	2.465		3.632	.000
	Citra Merek (X)	.863	.072	.778	12.019	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 8,952 + 0,863X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 8,952 diartikan jika citra merek tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 8,952 point.
- 2) Koefisien regresi citra merek sebesar 0,863, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan citra merek sebesar 0,863 point maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,863 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Citra merek Terhadap Keputusan pembelian.
Correlations^b

		Citra Merek (X)	Keputusan Pembelian (Y)
Citra Merek (X)	Pearson Correlation	1	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,778 artinya citra merek memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Citra merek Terhadap Keputusan pembelian.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	.602	2.722

a. Predictors: (Constant), Citra Merek (X)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,606 artinya citra merek memiliki kontribusi pengaruh sebesar 60,6% terhadap keputusan pembelian.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Citra merek Terhadap Keputusan pembelian.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.952	2.465		3.632	.000
	Citra Merek (X)	.863	.072	.778	12.019	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12,019 > 1,986), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian diterima.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Citra merek

Berdasarkan jawaban responden, variabel citra merek diperoleh *rating score* sebesar

3,41 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Keputusan pembelian

Berdasarkan jawaban responden, variabel keputusan pembelian diperoleh *rating score* sebesar 3,83 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan pembelian

Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 8,952 + 0,863X$, nilai korelasi sebesar 0,778 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 60,6%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($12,019 > 1,986$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian diterima.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Variabel citra merek diperoleh *rating score* sebesar 3,41 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel keputusan pembelian diperoleh *rating score* sebesar 3,83 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 8,952 + 0,863X$, nilai korelasi sebesar 0,778 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 60,6% sedangkan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($12,019 > 1,986$).

2. Saran

- Perusahaan harus mampu menciptakan konsumen merasa nyaman dengan membeli produk saos salad dari perusahaan utamanya higienis aman dikonsumsi oleh konsumen
- Perusahaan harus selalu memberikan informasi baik melalui kegiatan sosial dan kegiatan pemasaran lainnya terkait dengan pengenalan produk agar lebih dikenal dimasyarakat

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2014). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta. *Disrupsi Binis*, 1(1).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *“Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online”*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler dan Armstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas”. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Prasada, D., Sunarsi, D., & Teriyan, A. (2020). Pengaruh Etos Kerja Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada DHL Logistic Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(1), 51-60.
- Purwanti, P., Sarwani, S., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Unilever Indonesia. *Inovasi*, 7(1), 24-31.
- Rao, Purba, (2012). *“Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis”*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). *“Menguasai Statistik Multivariat”*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sobarna, A., Hambali, S., Sutiswo, S., & Sunarsi, D. (2020). The influence learning used ABC run exercise on the sprint capabilities. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 8(2), 67-71.
- Sudarsono, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laboratorium Klinik Kimia Farma-Bintaro. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 15(1), 16-26.
- Sugiyono (2017), *“Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D”*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). *“Metode Riset Pemasaran”*. Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2019). Pengaruh Kompetensi, Pengembangan Karir dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Boga Lestari Sentosa Indonesia (Kenny Rogers Roasters).
- Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2019). The Effect of Service Quality and Price Accuracy on Consumer Confidence and Implications for Sales Increase. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 101-110.
- Sunarsi, D., Winata, H., Gunartin, G., & Paeno, P. (2020). Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Desa Dalam Pengembangan Desa Cidokom Gunung Sindur Kabupaten Bogor. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3).
- Yusuf, A. D Sunarsi. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4 (2), 272-279.

PANDUAN SINGKAT BAGI PENULIS JURNAL EFEKTIF

Panduan penulisan ini dimaksudkan untuk menyeragamkan bentuk penulisan karya ilmiah yang dikirim penulis ke redaksi Jurnal Efektif, dengan panduan penulisan sebagai berikut :

1. Naskah ditulis dalam Bahasa Indonesia dengan Abstrak Bahasa Indonesia dalam bentuk Font 12" dengan ukuran 1 Spasi dengan intisari tidak lebih dari 250 kata disertai 3 atau 4 kata kunci (keyword).

Naskah berupa Softcopy program MS Word maksimal 15 Halaman termasuk tabel dan gambar, spasi 1.

2. Sistematika penulisan disusun dengan urutan sebagai berikut :

a) Judul, nama dan alamat email penulis/peneliti tunggal.

b) Abstrak dan intisari, keyword dan kata kunci, dibuat dengan 1 kolom.

c) Batang Tubuh :

1). Pendahuluan, termasuk didalamnya intisari permasalahan

2). Metode Penelitian

3). Hasil dan Pembahasan

4). Kesimpulan

5). Daftar Pustaka

3. Judul ditulis dalam bentuk font Times New Roman 14" dengan huruf besar kecil dicetak tebal dan ditempatkan ditengah halaman,, serta tidak lebih dari 18 kata.

4. Tulisan karya ilmiah dalam bentuk font Times New Roman 12" dengan ukuran spasi 1,0 spasi dalam bentuk normal.

5. Gambar diberi nomor dan keterangan, sedangkan tabel diberi nomor dan keterangan diatasnya sesuai dengan bab nya.

6. Penulisan persamaan matematika yang terdapat pada halaman naskah hendaknya menggunakan *equation editor*.

7. Daftar pustaka hanya memuat literature yang dirujuk dalam keterangan dan dicantumkan pada bagian akhir naskah.

8. Margin Normal, dan ukuran kertas A4.

Email Redaksi : denoksunarsi@unpam.ac.id / jurnaleffective@gmail.com

JURNAL EKONOMI EFEKTIF



Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 3, No. 1,
OKTOBER 2020

ISSN : 2622 – 8882, E-ISSN : 2622-9935

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Pamulang

