

SMART

Study & Management Research

Jurnal Management & Bisnis

ISSN 1693-4474
Vol XIV, No. 1 - 2017

Komitmen, Kepuasan dan Kinerja Karyawan

- **Yopines Ansen, Derih Supriahadi**

Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kepuasan Guru Terhadap Kinerja Guru di SMKN se-Kota Bandung

- **Eka Purwanda, Erni Yulianita Sari**

Perbandingan Persepsi Kualitas Atas Produk Gadget Buatan Korea dan China di Kota Bandung

- **Supriyadi, Yenti Rika Pratama**

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan (Survei Pada Karyawan PT. Sagitarius Kota Bandung)

- **Patria Supriyoso, Sastria Ayera Mulya**

Keterkaitan Lokasi dan Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Pelanggan

- **Eka Purwanda, Aldy Hernawan**

Menurunkan Intense Turn-Over Melalui Keadilan Organisasi dan Kepuasan Kerja

- **P. Pulung Puryana, Priyomo**



LPPM
(Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat)
STIE STEMBI
Bandung Business School

SMART
Study & Management Research
Jurnal Manajemen & Bisnis

Diterbitkan oleh :

LPPM STIE STEMBI – Bandung Business School

Penanggung Jawab :

Ketua STIE STEMBI – Bandung Business School

Pemimpin Umum :

Dr. Ir. HM. Budi Djatmiko, SE., M.Si., M.El

Dewan Redaksi :

Dr. Patria Supriyoso, SE., M.Si; Dr. Ir. Yopines Ansen, SE., M.Si., S.Sos., S.Kom ;
Dr. Ir. Eka Purwanda, SE., M.Si; Dr. Supriyadi, SE., M.Si;
Dr. Ratna Ekawati, SE., M.Si; Pulung Puryana, SE., M.Si
Leli Nirmalasari, S.Pd., MM ; Ai Rohayati, SE., MM

Sekretaris redaksi :

Dr. Supriyadi, SE., M.Si

Bendahara :

Meilani Purwanti, SE., M.Si

Desain/Layout :

Lukman Nasrudin

Sirkulasi :

Aceng Kurniawan, SE

Alamat Redaksi :

LPPM STIE STEMBI - Bandung Business School
Gedung STIE STEMBI Lt VI
Jl. Buah batu No 26 Bandung 40262
Telp (022-7307722) Fax : (022-7307967)
Email : redaksismart.stembi@gmail.com

SMART diterbitkan pertama kali tahun 2003 dengan frekwensi terbit 3 kali dalam setahun (4 bulanan). SMART merupakan media informasi karya ilmiah tentang Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis bagi para peneliti, dosen, mahasiswa dan praktisi khususnya bagi civitas akademika STIE STEMBI – Bandung Business School dan umumnya bagi masyarakat.

Redaksi menerima sumbangan naskah yang belum pernah diterbitkan oleh media lain dengan cara dikirim ke alamat redaksi atau melalui email dalam bentuk soft-file. Redaksi berhak untuk meringkas dan atau memperbaiki tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah maksud dan isinya. Redaksi tidak bertanggung jawab terhadap isi tulisan. Pendapat yang tercantum pada artikel jurnal ini adalah pendapat penulis, dan bukan pendapat redaksi.

EDITORIAL

Sidang pembaca yang terhormat,

Atas perkenan Allah SWT, Jurnal SMART – Study & Management Research Volume XIV, No 1 – 2016 dapat kami terbitkan. Kami mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penerbitan edisi ini.

Jurnal SMART merupakan wadah untuk mengembangkan dan mempublikasikan berbagai hasil kajian bidang Ilmu Ekonomi, khususnya Ilmu Manajemen dan Bisnis. Jurnal ini dirancang untuk diterbitkan 3 kali dalam setahun (4 bulanan). Demi menjaga konsistensi penerbitan jurnal ini, redaksi mengundang sidang pembaca dari berbagai pihak, baik dosen, mahasiswa, peneliti, maupun praktisi untuk berpartisipasi mengisinya melalui tulisan baik berupa karangan, ringkasan hasil penelitian, maupun resensi yang sesuai dengan tujuan dan misi dari jurnal ini.

Pada terbitan Volume XIV No. 1 – 2017 kali ini disajikan 6 artikel yang keseluruhannya merupakan hasil penelitian bidang ilmu Manajemen. Kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada kontributor penulis yang telah mengirimkan hasil karyanya. Semoga artikel yang disajikan memberikan manfaat dan kontribusi, baik bagi pembangunan bangsa maupun bagi pengembangan ilmu.

Bandung, Februari 2017

REDAKSI

DAFTAR ISI

Komitmen, Kepuasan Dan Kinerja Karyawan • Yopines Ansen, Derih Supriahadi	1 - 6
Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Kepuasan Guru Terhadap Kinerja Guru Di SMKN Se-Kota Bandung • Eka Purwanda, Erni Yulianita Sari	6 - 15
Perbandingan Persepsi Kualitas Atas Produk Gadget Buatan Korea dan China Di Kota Bandung • Supriyadi, Yenti Rika Pratama	16 - 22
Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan (Survei Pada Karyawan PT. Sagitarius Kota Bandung) • Patria Supriyoso, Sastria Ayera Mulya	23 - 31
Keterkaitan Lokasi dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan • Eka Purwanda, Aldy Hernawan	32 - 46
Menurunkan Intense Turnover Melalui Keadilan Organisasi dan Kepuasan Kerja • P. Pulung Puryana, Priyono	47 - 59

Komitmen, Kepuasan Dan Kinerja Karyawan

Yopines Ansen

Dosen STIE STEMBI – Bandung Business School

Derih Supriahadi

Peneliti Junior STIE STEMBI – Bandung Business School

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan baik secara simultan maupun secara parsial. Penelitian ini merupakan pembuktian dari teori Luthans (2006), dimana menyatakan bahwa kepuasan kerja dan komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

*Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisisnya adalah karyawan PT Habbatussauda Internasional cabang Bandung. Sedang teknik pengambilan sampelnya menggunakan sampling jenuh. Untuk menguji besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent menggunakan analisis regresi linear berganda, dan untuk pengujian hipotesisnya simultan menggunakan uji *f*, dan pengujian parsial menggunakan uji *t*.*

Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan sebesar 64.9%. Secara parsial kepuasan kerja tidak berpengaruh 4.8 %. Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja sebesar 7.76% terhadap kinerja

Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. Secara parsial kepuasan kerja berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci : *kepuasan kerja, komitmen organisasi, dan kinerja karyawan.*

PENDAHULUAN

Kinerja karyawan menunjuk pada kemampuan karyawan dalam melaksanakan keseluruhan tugas-tugas yang menjadi tanggungjawabnya. Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan salah satunya adalah kepuasan kerja. Kepuasan kerja karyawan merupakan satu faktor penting dalam upaya meningkatkan kinerja, oleh karena itu setiap perusahaan perlu berusaha agar karyawan mempunyai kinerja yang tinggi sehingga kinerja

perusahaan secara keseluruhan akan tinggi. "Kepuasan kerja secara umum menyangkut sikap seseorang mengenai pekerjaannya, menurut Keith Davis, kepuasan kerja adalah suatu perasaan yang menyokong atau tidak menyokong diri pegawai yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun dengan kondisi dirinya" (Anwar, 2009 : 117). Oleh karena itu kepuasan kerja akan nampak terwujud dalam perilaku dan kinerja seseorang. Orang yang merasa puas akan pekerjaan,

akan bekerja dengan semangat kerja tinggi sehingga kinerja karyawan tersebut tinggi.

Rendahnya kepuasan kerja akan sangat berdampak pada semangat kerja. Karyawan yang tidak puas akan malas untuk bekerja sehingga akan berdampak pada kinerja. Dalam suatu perusahaan, salah satu hal yang paling dikhawatirkan adalah kinerja perusahaan tersebut yang terus menurun akibat rendahnya kepuasan kerja. Kepuasan kerja yang rendah, dapat mengakibatkan kinerja karyawan akan turun bahkan akan terjadi pemogokan-pemogokan, pelambanan kerja, mangkir atau pergantian karyawan. "Apabila perusahaan mampu meningkatkan kinerja karyawannya, perusahaan akan memperoleh banyak keuntungan karena kinerja karyawan yang tinggi pekerjaan akan lebih cepat diselesaikan, kerusakan akan dapat dikurangi, absensi akan dapat diperkecil, kemungkinan perpindahan karyawan dapat diperkecil dan lain-lain" (**Hidayat, 2011:112**).

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah komitmen organisasi. Menurut **Luthans (2006 : 57)** "Komitmen merupakan sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan pada organisasi dan proses berkelanjutan di mana anggota organisasi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi dan keberhasilan serta kemajuan yang berkelanjutan".

Hasil observasi peneliti pada PT. Habbtuassauda internasional didapatkan informasi bahwa terjadi pengerjaan berulang yang disebabkan oleh produksi barang yang dihasilkan tidak memenuhi standar. Berdasarkan survai awal disebabkan karena karyawan bekerja tidak sesuai dengan bagiannya misalnya karyawan yang seharusnya bagian mengelas juga harus melakukan bagian lainnya seperti mengukur presisi yang sebenarnya bukan tugasnya. Pengerjaan tugas yang diburu target dan waktu pengerjaan yang mengharuskan cepat selesai juga penambahan tugas yang bukan sesuai dengan tugasnya membuat sebagian karyawan merasa tertekan dan yang tidak mampu mengha-

dapi tekanan dan membuat turunnya kepuasan karyawan pada perusahaan. Turunnya kepuas-an karyawan tersebut dapat dilihat dari meningkatnya tingkat pelanggaran khu-susnya tingkat absensi karyawan yang meningkat selama 3 bulan terakhir.

Berdasarkan pada paparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan; Studi Kasus pada PT. Habbatussauda Internasional Cabang Bandung.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan di atas, maka identifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kinerja karyawan PT Habbattussauda Internasional cabang Bandung
2. Seberapa besar pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan PT Habbattussauda Internasional cabang Bandung, secara simultan.
3. Seberapa besar pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan PT Habbattussauda Internasional cabang Bandung, secara parsial

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Keith Davis ,kepuasan kerja adalah suatu perasaan yang menyokong atau tidak menyokong diri pegawai yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun dengan kondisi dirinya" (**Anwar, 2009:117**). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa orang yang memiliki kepuasan kerja yang kuat atau tinggi berkecenderungan memiliki kinerja yang lebih baik dari pada orang yang memiliki kepuas kerja lemah/rendah. karena seseorang yang memiliki kepuasan kerja yang kuat akan melaksanakan pekerjaan dengan sungguh-sungguh.

Mungkin kesimpulan terbaik mengenai kepuasan dan kinerja adalah

karena terdapat hubungan yang pasti didalamnya, tetapi mungkin tidak sebesar konvensional yang mengasumsikan karyawan yang merasa senang sebagai karyawan yang produktif. meskipun terdapat bukti penelitian terbaru yang mendukung adanya hubungan sebab-akibat. kepuasan lebih mempengaruhi kinerja daripada kinerja mempengaruhi kepuasan. Hubungan ini mungkin akan lebih kompleks daripada hubungan yang lain dalam perilaku organisasi, misalnya penghargaan, jika orang merasa pantas untuk menerimanya dan merasa puas mungkin ia akan menghasilkan kinerja yang tinggi. (Luthans 2006:246)

Baron dan Greenberg dalam Khaerul, (2010:259) “mengungkapkan bahwa: komitmen memiliki arti penerimaan yang kuat dalam diri individu terhadap tujuan dan nilai-nilai perusahaan, sehingga individu tersebut akan berusaha dan berkarya serta memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan diperusahaan tersebut”.

“Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa orang yang memiliki komitmen kuat akan terus berusaha dan meningkatkan kinerjanya dengan terus berkarya, serta memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan diperusahaan tersebut”. hal yang serupa juga di ungkapkan oleh **Robbins, (2006:94)**

HIPOTESIS

Berdasarkan pada identifikasi masalah, kerangka pemikiran, dan paradigma penelitian penyusun mengajukan beberapa hipotesis dalam usulan penelitian ini, adapun hipotesis atau kesimpulan sementara yang diajukan adalah:

1. Ada pengaruh antara kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan PT Habbatussauda Internasional secara simultan.
2. Ada pengaruh antara kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap

kinerja karyawan PT Habbatussauda Internasional secara parsial

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *Deskriptif Verifikatif* karena menggambarkan variabel-variabel penelitian dan mengamati hubungan-variabel variabel tersebut dari hipotesis yang telah dibuat secara sistematis melalui pengujian statistic. Pengumpulan data pada Penelitian ini dilakukan dengan telaah kepustakaan dan kuesioner. skala yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan adalah dengan melakukan pengujian dengan koefisien determinasi (R^2). Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi yaitu sebesar 0,649 (nilai $R - Square$ pada tabel *Model Summary* berikut ini :

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	.649	.640	.80537	1.311

Perubahan variabel Kepuasan Kerja (X_1) dan Komitmen Organisasi (X_2) . Adapun sebesar 35,1% sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar variabel tersebut yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Berikutnya akan diuji pengaruh dari masing-masing variabel Kepuasan Kerja (X_1) dan Komitmen Organisasi (X_2) terhadap Kinerja Karyawan (?) secara parsial.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.117	.621		.189	.851	
	X1	.048	.036	.120	1.334	.186	.565 1.771
	X2	.776	.097	.721	8.024	.000	.565 1.771

Variabel Kepuasan Kerja (X_1) mempunyai pengaruh negatif terhadap Kinerja Karyawan (Y). Hal ini ditunjukkan oleh t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} . Dengan demikian, apabila terjadi perubahan sedikit saja pada variabel Kepuasan Kerja (X_1) maka tidak akan terjadi perubahan yang berarti pada variabel Kinerja Karyawan (Y) karena tidak berpengaruh secara signifikan.

Variabel Komitmen Organisasi (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). Hal ini ditunjukkan oleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dengan demikian, untuk variabel Komitmen Organisasi (X_2) H_0 ditolak, H_1 diterima. Artinya, apabila terjadi perubahan yang terjadi pada variabel Komitmen Organisasi (X_2), maka perubahan yang terjadi akan berarti pada variabel Kinerja Karyawan (Y) karena pengaruhnya signifikan.

PENUTUP

Berdasarkan rumusan masalah, hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan:

1. Kondisi variabel kepuasan kerja yang ada pada karyawan PT Habbatussauda Internasional secara rata-rata kondisinya puas. Selain itu variabel komitmen organisasi karyawan juga memiliki klasifikasi yang kuat, hal ini menunjukkan bahwa karyawan PT Habbatussauda Internasional memiliki komitmen organisasi yang kuat pada perusahaan. Untuk variabel kinerja karyawan PTHabbatussauda Interna-

sional juga memiliki kinerja yang tinggi terhadap penyelesaian pekerjaan dan pencapaian target yang telah ditetapkan

2. Kepuasan kerja dan komitmen organisasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan PT Habbatussauda Inter-nasional. hal ini meningkatkan kinerja karyawan maka kepuasan kerja dan komitmen organisasi secara bersama-sama harus ditingkatkan.
3. Kepuasan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan secara parsial. Sedangkan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Habbatussauda Internasional. dengan kata lain komitmen organisasi berpengaruh kuat terhadap kinerja karyawan, sedangkan kepuasan kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

SARAN

Bagi karyawan PT Habbatussauda Internasional cabang Bandung dengan adanya kepuasan kerja maka karyawan juga akan meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja, oleh karena itu PT Habbatussauda Internasional harus dapat:

- a. Meningkatkan gaji dan pengawasan terhadap karyawan dengan cara lebih memperhatikannya lagi. karena hal ini dapat mengakibatkan karyawan tidak puas atau dapat menurunkan kinerja karyawan
- b. Meningkatkan kerja sama antar karyawan, sehingga terciptanya suasana yang nyaman. dan kepedulian sesama rekan kerja agar antar sesama karyawan terjalin rasa solidaritas yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar Prabu Mangkunegara. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Khaerul Umam. 2010. *Perilaku Organisasi*. Cetakan 1 juli 2010. Bandung. CV Pustaka Seti

Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Alih Bahasa Vivin Andika Yuwono, Sekhar Purwanti, Th. Arie P, dan Winong Rosari. Yogyakarta: Andi

Malayu Hasibuan. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi, Cetakan ke 13 Oktober 2009

Mathis dan Jackson. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi ke 10 Penerbit: Salemba

Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Kepuasan Guru Terhadap Kinerja Guru Di SMKN Se-Kota Bandung

Eka Purwanda

Dosen STIE STEMBI – Bandung Business School

Erny Yulianita Sari

Peneliti Junior STIE STEMBI – Bandung Business School

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional kepala sekolah dan guru terhadap kepuasan kinerja guru baik secara simultan maupun parsial. Indikator yang digunakan untuk kepemimpinan transformasional utama mengacu pada konsep Robbins (2006), indikator kepuasan guru mengacu pada konsep Edy Sutrisno (2009). Sedangkan untuk indikator kinerja guru mengacu pada konsep Diding Nurdin (2011).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah kota Bandung Bandung. Metode yang digunakan adalah verifikasi deskriptif. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara kuesioner dan metode survei penjelasan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan pembahasan penelitian ini disimpulkan bahwa Kepemimpinan Transformasional Transformasional Kepemimpinan dan Kepuasan Guru 9,8% berpengaruh terhadap Kinerja Guru. Sedangkan sisanya 90,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diperiksa. Sedangkan secara parsial, Kepala Kepemimpinan Transformasional memiliki pengaruh terhadap kinerja guru sebesar 00,5%. Sedangkan variabel Kepuasan Guru berpengaruh terhadap kinerja guru sebesar 32%.

Kepemimpinan Transformasional Kepemimpinan dan Kepuasan Guru sekaligus memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja guru. Partial Good atau bad Transformational Leadership Kepala sekolah kemudian tidak mengarah pada kinerja guru yang buruk. Itu berlaku tidak signifikan. Secara parsial, semakin tinggi Prestasi Guru Kinerja Guru. Itu adalah efek yang signifikan.

Kata kunci: Perilaku kepemimpinan kepala sekolah, Kepuasan guru, Kinerja guru.

PENDAHULUAN

Salah satu yang dihadapi bangsa Indonesia saat ini adalah penanganan terhadap rendahnya kualitas SDM. Jumlah SDM yang besar apabila dapat di berdayakan secara efektif dan efisien akan bermanfaat untuk menunjang gerak

lajunya pembangunan nasional SDM yang berkelanjutan. Melimpahnya SDM saat ini mengharuskan berfikir secara seksama yaitu bagaimana dapat meman-faatkan sumber daya manusia yang optimal, agar di masyarakat tersedia SDM yang handal diperlukan pendidikan yang berkualitas, penyediaan berbagai fasilitas sosial, dan

lapangan pekerjaan yang memadai. Saat ini kemampuan SDM masih rendah baik dilihat dari kemampuan intelektual maupun ketrampilan teknis yang dimilikinya. Kedudukan guru sebagai tenaga profesional mempunyai visi terwujudnya penyelenggaraan pembelajaran sesuai dengan prinsip-prinsip profesionalitas untuk memenuhi hak yang sama bagi setiap warga negara dalam memperoleh pendidikan yang bermutu. Oleh karena itu guru mempunyai fungsi, peran dan kedudukan yang sangat strategis. Upaya perbaikan apapun yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan tidak akan memberikan sumbangan yang signifikan tanpa didukung oleh guru yang profesional dan berkualitas. Tugas guru erat kaitannya dengan peningkatan sumber daya manusia melalui sektor pendidikan, karena itu perlu upaya-upaya untuk meningkatkan mutu guru untuk menjadi tenaga profesional. Koran.Jakarta.Com – selain sistem pendidikan, Arief juga mengkritisi kualitas guru yang masih rendah. Arief juga berharap di dalam proses pendidikan nantinya lebih menekankan pada hal hal yang sifatnya moral dan agama bukan hanya pada nilai nilai akademis saja. Sementara itu menurut Prof. Nelson Tansu Prof termuda AS asal Indonesia juga mengatakan “Persoalan utama yang membuat pendidikan di Indonesia tertinggal jauh adalah kurang optimalnya pelaksanaan sistem pendidikan. Menurut sebenarnya kurikulum di Indonesia tidaklah kalah dari kurikulum negara maju, tetapi pelaksanaannya yang masih jauh dari optimal implementasi pendidikan yang kurang benar.

Antara.New.Com – “Secara umum kualitas umum dan kompetensi guru di Indonesia masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Dari sisi kualitas pendidikan hingga saat ini dari 2,92 juta guru baru sekitar 51% yang berpendidikan S1 atau lebih, sedangkan sisanya belum berpendidikan S1, selain jenjang pendidikan yang belum memadai kompetensi guru juga masih bermasalah sehingga menjadi

kepedulian bersama tidak hanya pemerintah tetapi organisasi guru untuk melakukan peningkatan kualitas guru” tambahnya Tasrief Tarmizi, (Kamis, 26, 2014). Sebagaimana dikemukakan oleh Nurdin (2011) peningkatan kualitas pendidikan tergantung banyak hal terutama pada mutu gurunya, namun demikian mutu guru akan berkaitan dengan banyak hal, diantaranya kepemimpinan kepala seko-lah, kepuasan guru dan kinerja guru yang bersangkutan.

Pojok.Jabar.Com-Dinas pendidikan (Disdik) Provinsi Jawa Barat (Jabar) terus meningkatkan mutu dan kualitas pegawai, ini dilakukan agar mampu melaksanakan tugas organisasi dengan baik, efektif dan profesional. Untuk menghasilkan pegawai yang bermutu kami selalu berupaya meningkatkan kedisiplinan, kepuasan para guru, kinerja para guru melalui pembinaan pegawai’. Kata kepala Disdik Jabar Dr. Asep Hilman, kemarin (6/1).

Asep mengatakan, Disdik Jabar dalam mengimplementasikan UU No 23 Tahun 2014 tentang alih kelola SMK tentang kinerja guru semakin banyak. “Para Gubernur selalu menekankan pentingnya kedisiplinan guru, kepuasan terhadap pimpinan dan kinerjanya. Ditambah lagi perubahan struktur organisasi tentang kepegawaian atau guru dan UU Aparatur Sipil Negara (ASN), “tambah Asep. Sementara itu Sekretaris Disdik Jabar, Karyono untuk mengimplementasikan UU No 23 Tahun 2014 tentang alih kelola SMK Jabar sudah siap. Namun untuk melaksanakannya belum ada peraturan kementerian (permanen). Saat ini lanjut Karyono data yang tercatat di Disdik Jabar ada 1,415 sekolah SMA Negeri atau Swasta sedangkan SMK Negeri atau Swasta 2,263 sekolah. Menurut dia meskipun Disdik Jabar telah melaksanakan berbagai pembangunan sarana di lingkungan kantor seperti gedung, aula, tempat parkir tapi kenyataanya ketika ada rapat para peserta masih tidak tertampung. “meskipun tantangan kinerja ditahun ini semakin banyak tetapi kami tetap berupaya meningkatkan kedisiplinan, kinerja para

guru dan memberikan motivasi kepada karyawan atau para guru agar selalu menjaga integritas aparatur sipil Negara". Karyono (mun), 10 Mei 2016.

Besarnya pengaruh yang dimiliki oleh kepala sekolah menentukan apa dan bagaimana suatu pekerjaan dilaksanakan dalam sekolah yang dipimpin. Kepemimpinan kepala sekolah yang memberikan perhatian tinggi kepada guru, terbuka menyejukkan, bisa beradaptasi dengan guru, murah senyum, simpatik, penuh pengertian, dan percaya bahwa para guru mampu melaksanakan tugas tugas yang diberikan dan akan membuat mereka mengerjakan tugas itu dengan gembira dan penuh tanggung jawab. Faktor pertama yang diyakini berpengaruh terhadap kualitas kinerja para guru adalah kepemimpinan kepala sekolah adalah kepemimpinan transformasional kepala sekolah. Penulis men-data SMK Negeri Se-Kota Bandung berdasarkan laporan di lapangan bahwa SMK Negeri Se-Kota Bandung berjumlah 16 sekolah :

Tabel 1
Daftar SMK Negeri Se-Kota Bandung

No	Nama Sekolah	Alamat
1	SMK Negeri 1 Bandung	Jl. Wastukencana no 3 Bandung
2	SMK Negeri 2 Bandung	Jl. Ciliwung no 4 Bandung
3	SMK Negeri 3 Bandung	Jl. Solontongan no 10 Bandung
4	SMK Negeri 4 Bandung	Jl. Kliningan no 6 Buah Batu Bandung
5	SMK Negeri 5 Bandung	Jl. Bojongkoneng no 37A Cikutra Bandung
6	SMK Negeri 6 Bandung	Jl. Soekarno Hatta. Riung Bandung
7	SMK Negeri 7 Bandung	Jl. Soekarno Hatta No 596 Bandung
8	SMK Negeri 8 Bandung	Jl. Kliningan no 8 Bandung
9	SMK Negeri 9 Bandung	Jl. Soekarno Hatta KM 10 Bandung
10	SMK Negeri 10 Bandung	Jl. Cijawura Hilir no 339 Ciwastra Bandung
11	SMK Negeri 11 Bandung	Jl. Budhi Cilember Cimahi Bandung
12	SMK Negeri 12 Bandung	Jl. Pajajaran no 92 Bandung
13	SMK Negeri 13 Bandung	Jl. Soekarno Hatta KM 13 Bandung
14	SMK Negeri 14 Bandung	Jl. Cijawura Hilir no 341 Ciwastra Bandung
15	SMK Negeri 15 Bandung	Jl. Gatot Subroto no 12 Bandung
16	SMK Negeri 16 Bandung	Jl. Solontongan no 10 Bandung

Sumber : Pengumpulan Data SMK negeri Se-Kota Bandung (2016)

Dan menyimpulkan bahwa faktor lain yang diyakini berpengaruh terhadap kualitas kinerja guru SMK Negeri Se-Kota Bandung adalah kepuasan kerja guru. **Robbins (20115)** mengemukakan bahwa kepuasan kerja adalah kondisi kerja yang dapat menciptakan tingkat motivasi yang tinggi dan dapat meningkatkan semangat kerja para pekerja untuk dapat melaksanakan tugas secara maksimal sehingga hasilnya terus meningkat. Di pihak lain, Fieldman & Arnold (1983) dalam **Malayu (2007)** mengemukakan bahwa kepuasan kerja merupakan keseluruhan sikap positif seseorang terhadap pekerjaannya. Jadi kepuasan kerja merupakan pernyataan akhir yang dihasilkan dari beberapa kejadian kerja dan yang berkaitan dengan kepentingannya. Kepuasan kerja berhubungan erat dengan adanya rasa percaya dan perasaan positif terhadap karakteristik pekerjaan dan pengalaman – pengalaman kerja. Kepuasan kerja sesungguhnya dikembangkan oleh setiap pekerja atas dasar pekerjaan yang menantang, kondisi pekerjaan yang bagus, imbalan yang berkeadilan dan peluang untuk promosi jabatan atau peningkatan karir.

Dari data di atas penulis menyimpulkan ada beberapa faktor yang menentukan kualitas kinerja para guru dan lebih mendekati pada SMK Negeri Se-Kota Bandung. Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku kepemimpinan transformasional kepala sekolah, kepuasan guru dan kinerja guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh perilaku kepemimpinan transformasional kepala sekolah dan kepuasan guru terhadap kinerja guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung secara simultan?
3. Bagaimana pengaruh perilaku kepemimpinan transformasional kepala sekolah dan kepuasan guru terhadap kinerja guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung secara parsial?

KAJIAN TEORITIS

Perilaku Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah

Menurut **Nurdin (2009 : 103)** Kepala sekolah sebagai pemimpin pendidikan yang berhasil adalah orang yang mempengaruhi, melaksanakan dan mengerakkan para guru, staf dan para siswa berperilaku dalam mencapai tujuan sekolah.

Menurut **Yukl** dalam **Febri Syedi Graceilla (2009 : 304)** kepemimpinan transformasional memiliki perilaku yang dapat mempengaruhi bawahannya seperti pengaruh ideal, pertimbangan individu, motivasi inspirasional dan stimulasi intelektual.

Berdasarkan hasil kajian literatur yang dilakukan oleh **Luthan (2006 : 654)** mengungkapkan pemimpin transformasional lebih sering memakai taktik legitimasi dan melahirkan tingkat identifikasi dan internalisasi yang lebih tinggi, memiliki kepuasan kerja yang lebih baik dan mengembangkan pengikutnya.

Sedangkan menurut **Robbins (2008 : 472)** pemimpin transformasional adalah pemimpin yang menginspirasi pengikut untuk melampaui kepentingan pribadi mereka dan yang mampu membawa dampak yang mendalam dan luar biasa pada para pengikutnya.

Menurut **Robbins (2008 : 473)** terdapat empat karakteristik untuk menuju kepemimpinan transformasional, yaitu :

1. Kharisma. Memberikan visi dan misi, menanamkan kebanggaan, meraih penghormatan dan kepercayaan.
2. Inspirasi. Mengkomunikasikan harapan tinggi, menggunakan simbol untuk memfokuskan usaha, menggambarkan maksud penting secara sederhana.
3. Stimulasi Intelektual. Mendorong Intelektual, rasional, pemecahan masalah secara berhati-hati.
4. Pertimbangan Individual. Memberikan perhatian pribadi, melayani

karyawan secara individual, melatih, menasehati.

Kepuasan Guru

Menurut **Robbins dan Judge (2015:49)** Kepuasan adalah perasaan positif tentang pekerjaan yang dihasilkan dari evaluasi atas karakteristik-karakteristiknya.

Menurut **Hasibuan (2007 : 202)** Kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaan. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan dan prestasi kerja.

Sedangkan menurut **Sutrisno (2009 : 74)** Kepuasan kerja adalah sikap karyawan terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan situasi kerja, kerja sama antar karyawan, imbalan yang diterima dalam kerja dan hal hal yang menyangkut faktor fisik dan psikologis.

Menurut **Sutrisno (2009 : 80)**, indikator kepuasan kerja yaitu :

1. Faktor Psikologis. Merupakan faktor yang berhubungan dengan kejiwaan yang meliputi minat, ketentraman dalam kerja, sikap terhadap kerja, bakat dan ketrampilan.
2. Faktor Sosial. Merupakan faktor yang berhubungan dengan interaksi sosial antar karyawan maupun karyawan dengan atasan.
3. Faktor Fisik. Merupakan faktor yang berhubungan dengan kondisi fisik karyawan, meliputi jenis pekerjaan, pengaturan waktu dan waktu istirahat, perlengkapan kerja, keadaan ruangan, suhu, penerangan, pertukaran udara, kondisi kesehatan karyawan, umur dan sebagainya.
4. Faktor Finansial. Merupakan faktor yang berhubungan dengan jaminan serta kesehatan karyawan yang meliputi sistem dan besarnya gaji, jaminan sosial, tunjangan, fasilitas yang diberikan, promosi dan sebagainya

Kinerja Guru

Menurut **Fahmi (2011 : 2)** Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut profit oriented dan non profit oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu. Secara lebih tegas Amstrong dan Baron mengatakan kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategi organisasi.

Menurut **Mulyasa (2015 : 17)** Kinerja merupakan upaya yang dilakukan dan hasil yang dapat dicapai oleh para guru dan staf dalam mengimple-mentasikan manajemen sekolah untuk mewujudkan tujuan pendidikan secara efektif dan efisien, produktif dan akun-tabel.

Sedangkan menurut **Nurdin (2011 : 219)** Kinerja guru adalah wujud perilaku atau kegiatan yang dilaksanakan dan sesuai dengan harapan dan kebutuhan atau tujuan yang hendak dicapai secara efektif dan efisien.

Indikator kinerja guru menurut **Nurdin (2011 : 222)**, yaitu antara lain :

1. Penguasaan terhadap karakteristik peserta didik dari aspek fisik, moral, sosial, kultural, emosional dan Intelektual.
2. Penguasaan terhadap teori belajar dan prinsip - prinsip pembelajaran mendidik.
3. Mampu mengembangkan kurikulum yang terkait dengan bidang pengembangan
4. Menyelenggarakan kegiatan pengembangan yang mendidik.
5. Memanfaatkan teknologi informasi dan teknologi untuk kepentingan penyelenggaraan kegiatan pengembangan yang mendidik.
6. Memfasilitasi pengembangan potensi peserta didik untuk mengaktualisasikan berbagai potensi yang dimiliki.
7. Berkomunikasi secara efektif, empatik dan santun dengan peserta didik
8. Melakukan penilaian dan evaluasi proses dan hasil belajar, memanfa-

atkan hasil penilaian dan evaluasi untuk kepentingan pembelajaran.

9. Melakukan tindakan reflektif untuk peningkatan kualitas pembelajaran.

METODE PENELITIAN

Variabel yang diteliti oleh penulis terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Objek penelitian ini adalah perilaku kepemimpinan transformasional kepala sekolah dan kepuasan guru sebagai variabel bebasnya sedangkan variabel terikatnya adalah kinerja guru. Unit observasinya adalah guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang berasal dari responden dengan pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Responden dari kuesionernya adalah para guru umum dan waka kurikulum di setiap sekolah SMK Negeri Se-Kota Bandung. Peneliti menyebarkan kuesioner pada SMK Negeri Se-Kota Bandung sebanyak 100 kuesioner Berikut ini data keseluruhan alamat SMK Negeri Se-Kota Bandung yang akan menjadi populasi dalam penelitian kami dan pembagian sample yang akan digunakan dalam penelitian antara lain:

Tabel 2
Data Alamat SMK Negeri Se-Kota Bandung

No	Alamat Sekolah	Data Guru	Sampel
1	SMKN 1 Bandung (Jl. Wastukencana No 3 Bandung)	71	5
2	SMKN 2 Bandung (Jl.Ciliwung No 4 Bandung)	62	5
3	SMKN 3 Bandung (Jl. Solontongan No 10 Bandung)	99	8
4	SMKN 4 Bandung (Jl. Kliningan No 6 Buah Batu Bandung)	85	6
5	SMKN 5 Bandung (Jl. Bojongkoneng No 37A Cikutra Bandung)	70	5

6	SMKN 6 Bandung (Jl. Soekarno Hatta Riuang Bandung)	95	7
7	SMKN 7 Bandung (Jl. Soekarno Hatta No 596 Bandung)	85	6
8	SMKN 8 Bandung (Jl. Kliningan No 8 Bandung)	93	7
9	SMKN 9 Bandung (Jl. Soekarno Hatta KM 10 Bandung)	98	8
10	SMKN 10 Bandung (Jl. Cijawura Hilir No 339 Ciwastra Bandung)	78	6
11	SMKN 11 Bandung (Jl. Budhi Cilember Cimahi Bandung)	97	7
12	SMKN 12 Bandung (Jl. Pajajaran No 92 Bandung)	80	6
13	SMKN 13 Bandung (Jl. Soekarno Hatta KM 13 Bandung)	71	5
14	SMKN 14 Bandung (Jl. Cijawura Hilir No 341 Bandung)	80	6
15	SMKN 15 Bandung (Jl. Gatot Subroto No 12 Bandung)	61	5
16	SMKN 16 Bandung (Jl. Solontongan No 10 Bandung)	99	8
	Total	1.324	100

Sumber : Data Olahan

Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode slovin dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + \frac{N \cdot e^2}{k}}$$

Dimana :

N = ukuran populasi

e = nilai ketelitian yang diinginkan besarnya 10%

n = ukuran sampel

$$n = \frac{1.324}{1 + 1.324(0,1)^2}$$

$$= 92,97$$

$$= 93 \text{ Responden}$$

Sedangkan sisa dari penyebaran kuesioner sebanyak 7 untuk menghindari kuesioner yang cacat. Jadi yang diperoleh kembali sebanyak 100 kuesioner.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Transformatif Kepala Sekolah dan Kepuasan Guru terhadap Kinerja Guru pada SMK Negeri Se-Kota Bandung

Tabel 3
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.312 ^a	.098	.079	4.45474	1.482

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

sumber : Hasil Perhitungan

Dari tabel 3 di atas terlihat bahwa nilai R² ini dapat ditafsirkan secara simultan pengaruh perilaku kepemimpinan transformatif kepala sekolah dan kepuasan guru terhadap kinerja guru adalah 9,8% dan sisanya 90,2% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Itu artinya 9,8% kinerja guru dipengaruhi oleh kepemimpinan transformatif kepala sekolah dan kepuasan guru.

Tabel 4

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	208.096	2	104.048	5.243	.007 ^b
	Residual	1924.937	97	19.845		
	Total	2133.033	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

sumber : Hasil Perhitungan

Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut ialah uji-F. Berdasarkan hasil pengolahan data sebagaimana terlihat pada tabel 4 ANOVA

diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5.243 dan F_{tabel} sebesar 3.10. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $5.243 > 3.10$ maka secara simultan, semakin baik perilaku kepemimpinan transformasional kepala sekolah dan semakin tinggi kepuasan guru maka semakin baik kinerja guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung

Tabel 5

t-Test

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.899	3.853		4.906	.000		
	X1	.005	.092	.005	.055	.956	.990	1.010
	X2	.320	.099	.312	3.216	.002	.990	1.010

a. Dependent Variable: Y
Sumber : Hasil Perhitungan

Dari tabel 5 di atas pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = 18,899 + 0,005 X1 + 0,320 X2$$

Yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Apabila diasumsikan untuk kepemimpinan transformasional (X1) sebesar satu satuan maka kinerja guru (Y) akan naik sebesar 0,005 satuan nilai dengan asumsi variabel lainnya adalah nol.
2. Apabila diasumsikan untuk kepuasan guru (X2) sebesar satu satuan maka kinerja guru (Y) akan naik sebesar 0.320 satuan nilai dengan asumsi variabel lainnya adalah nol.

Dari persamaan regresi diatas, dapat dilihat bahwa koefisien regresi untuk variabel Kepemimpinan transformasional Kepala Sekolah (X1) bertanda positif, hal ini berarti variabel Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah berpengaruh positif terhadap

Kinerja Guru (Y) yakni apabila Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah naik satu satuan nilai maka variabel Kinerja Guru naik sebesar 0,5% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah bertambah baik maka Kinerja Guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung akan semakin baik.

Untuk variabel Kepuasan Guru (X2) juga bertanda positif hal ini berarti variabel Kepuasan Guru berpengaruh positif terhadap Kinerja Guru (Y) yakni apabila Kepuasan Guru naik satu satuan nilai maka variabel Kinerja Guru naik sebesar 32,0% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Kepuasan Guru semakin tinggi maka Kinerja Guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung semakin baik.

Nilai t_{hitung} untuk Kepemimpinan Transformasional kepala Sekolah adalah 0,055 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih kecil dari pada t_{tabel} yaitu sebesar 1.963. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial baik atau buruknya Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah SMK negeri Se-Kota Bandung maka tidak menyebabkan baik atau buruknya Kinerja Guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung.

Nilai t_{hitung} untuk Kepuasan Guru adalah 3.216 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu sebesar 1.963. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial semakin tinggi Kepuasan Guru maka semakin baik Kinerja Guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung.

Untuk variabel yang X1 yaitu variabel Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah yang mempunyai indikator Kharisma, Inspirasi, Stimulasi Intelektual, dan Pertimbangan Individual. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor yang paling rendah yaitu variabel stimulasi intelektual pada tingkat mendorong pembelajaran kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel

kepemimpinan transformasional kepala sekolah yang memiliki R_{hitung} paling tinggi adalah variabel stimulasi intelektual pada tingkat rasionalitas, artinya tingkat rasional tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah adalah indikator Stimulasi Intelektual pada Tingkat Mendorong Pembelajaran seperti memberikan perhatian kepada para guru dan murid-muridnya untuk terus bersemangat dalam pembelajaran di dalam kelas atau pun di luar kelas.

Untuk variabel X_2 yaitu variabel Kepuasan Guru yang mempunyai indikator antara lain Faktor Psikologis, Faktor Sosial, Faktor Fisik, dan Faktor Finansial. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel faktor fisik pada tingkat kepuasan atas ketersediaan perlengkapan kerja, artinya indikator faktor fisik pada tingkat kepuasan atas perlengkapan kerja kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel kepuasan guru yang memiliki R_{hitung} paling tinggi adalah faktor fisik pada tingkat kepuasan atas ketersediaan perlengkapan kerja, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kepuasan Guru adalah indikator faktor fisik pada tingkat kepuasan atas ketersediaan perlengkapan kerja seperti fasilitas saat mengajar di dalam kelas dan lain sebagainya.

Untuk variabel Y yaitu Kinerja Guru yang mempunyai indikator Penguasaan terhadap Karakteristik Peserta Didik, Penguasaan terhadap Teori Belajar, Mampu Mengembangkan Kurikulum yang Terkait dengan Bidang Pengembangan, Menyelenggarakan Kegiatan Pengembangan yang Mendidik, Memanfaatkan Teknologi Informasi, Memfasilitasi Pengembangan Potensi Peserta Didik, Berkomunikasi secara

Efektif, Empatik, santun, Melakukan Penilaian dan Evaluasi Proses dan Hasil Belajar, Melakukan Tindakan Reflektif.

Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel mampu mengembangkan kurikulum yang terkait dalam bidang pengembangan, artinya indikator tersebut kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel kinerja guru yang memiliki R_{hitung} paling tinggi adalah variabel melakukan tindakan reflektif, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kinerja Guru adalah indikator mampu mengembangkan kurikulum yang terkait dengan bidang pengembangan seperti lebih peka terhadap pola pengembangan dalam mengajar para muridnya lebih fokus atau mengikuti aturan kurikulum yang sudah berlaku dan lebih condong pada kurikulum yang terkait dalam bidang pengembangan

KESIMPULAN

1. Perilaku kepemimpinan transformasional kepala sekolah SMK Negeri Se-Kota Bandung termasuk kategori cukup baik, kepuasan guru SMK Negeri Se-Kota Bandung termasuk kategori tinggi dan kinerja guru SMK Negeri Se-Kota Bandung termasuk kategori baik.
2. Secara simultan, semakin baik kepemimpinan transformasional kepala sekolah dan semakin tinggi kepuasan guru maka semakin baik kinerja guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung.
3. Baik atau buruknya kepemimpinan transformasional kepala sekolah SMK Negeri Se-Kota Bandung maka tidak menyebabkan baik atau buruknya kinerja guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung secara parsial.
4. Semakin tinggi kepuasan guru maka semakin baik kinerja guru di SMK Negeri Se-Kota Bandung secara parsial.

SARAN

Prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah adalah indikator Stimulasi Intelektual pada tingkat mendorong pembelajaran seperti memberikan perhatian kepada para guru dan murid-muridnya untuk terus bersemangat dalam pembelajaran di dalam kelas atau pun di luar kelas. Sedangkan prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kepuasan Guru adalah indikator faktor fisik pada tingkat kepuasan atas ketersediaan perlengkapan kerja seperti fasilitas saat mengajar di dalam kelas dan fasilitas lain yang di luar kelas seperti tunjangan kesehatan, tunjangan transportasi dan lainnya. Serta prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kinerja Guru adalah indikator mampu mengembangkan kurikulum yang terkait dalam bidang pengembangan seperti lebih peka terhadap pola pengembangan dalam mengajar para muridnya lebih terfokus dan mengikuti aturan kurikulum yang sudah berlaku khususnya kurikulum yang terkait dalam bidang pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anies. 2015. Kinerja Guru Saat Mengajar. <http://Pikiran.Rakyat.Jakarta.com/>.
- Asep, 2015. Peningkatan Mutu dan Kualitas Pegawai. <http://Jabar.pojoksatu.id//bandung/>.
- Ayu Kusumayani, Nyoman Natajaya dan Bawa Atmadja. Vol 4. 2013. *Kontribusi Perilaku Kepemimpinan Kepala Sekolah, Kepuasan Kerja Guru dan Komitmen Kerja Guru terhadap Kinerja Guru SMA Negeri di Kota Amlapura*. Amlapura : Jurnal Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja Indonesia.
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta : Erlangga.
- Eva Sri Hartini. 2015. *Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan melalui Motivasi berprestasi PT Indosat TBK cabang Bandung*. Skripsi : STIE STEMBI Bandung.
- Fahmi, Irham. 2011. *Manajemen Kinerja*. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung : ALFABETA.
- Fred, Luthan. 2006. *Perilaku Organisasi*. Edisi ke - 10. Yogyakarta.
- Febri Syedi Graccilla. 2013. *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Asuransi Panin di Bandung*. Skripsi : STIE STEMBI Bandung
- Hadari. 2006. *Kepemimpinan yang Efektif*. Edisi ke-5 Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Hardiknas. 2016. Pendidikan di Indonesia Masih Utamakan Pengajaran. <http://KoranJakarta.com//Pendidikan-di-Indonesia-masih-utamakan-pengajaran/>
- Hasibuan, Malayu 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- John M. Ivancevich, Robert, Konopaske dan Michael T, Matteson. 2006. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Edisi ke -7 Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Kartono, Kartini. 2005. *Psikologi Anak (Psikologi Perkembangan)*. Bandung
- Mangkunegara, Prabu, Anwar. 2009 *Manajemen Sumber Daya*. Jakarta.
- Mahendra Kusuma. Vol 1 no 3. 2012. *Pengaruh Kepemimpinan Partisipatif, Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan di Sekolah Tinggi dan Politeknik Cahaya Surya Kediri* : Jurnal Manajemen REVITALISASI.
- Mukaram, Marwansyah. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mulyasa. 2015. *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Mulyasa, 2010. *Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK)*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Mulyasa, 2006. *Model Manajemen Pendidikan*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Nurdin, Diding. 2011. *Manajemen Pendidikan*. Bandung : ALFABETA.
- Nurding, Diding. 2009. *Manajemen Implementasi Kurikulum*. Bandung : ALFABETA.

- Nunu Nuchiyah. Vol V- no 7. 2007. *Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kinerja Mengajar Guru terhadap Prestasi Belajar Siswa*. Serang : Jurnal Pendidikan Dasar.
- Ngadino Surip dan Aminah. Vol 5 no 3. 2012. *Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Komunikasi Internal terhadap Kinerja Guru pada SMA Negeri 101 Jakarta*. Jakarta : Jurnal MIX. Universitas Mercu Buana.
- Priansa, Doni Juni. 2014. *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung : ALFABETA.
- Rachmawati, Tuti. 2013. *Manajemen Pendidikan*. Jakarta.
- I. ROBERT L. MATHIS DAN JOHN H. JACKSON. 2006. *HUMAN RESOURCE MANAGEMENT*. JAKARTA : SALEMBA EMPAT.
- Robbins, Stephen P. dan Judge, Timothy A. 2008. *Perilaku Organisasi*. Edisi ke -12 Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Robbins, Stephen P. dan Judge, Timothy A. 2008. *Perilaku Organisasi*. Edisi ke -16. Jakarta : Salemba Empat.
- Sondang P., Siagian 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksa.
- Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Prenadamedia Grup.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Gegerkalong Hilir No 84 Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Gegerkalong Hilir No 84 Bandung : ALFABETA.
- Suryani Dewi Pratiwi. 2013. *Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Kepemimpinan Kepala Sekolah menurut Persepsi Guru dan Iklim Sekolah terhadap Kinerja Guru Ekonomi SMP di Kabupaten Wonogiri*. Surakarta : Jurnal Pendidikan Insan Mandiri. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sudharto. Vol 1 no 2. 2012. *Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Suasana Kerja terhadap Kinerja Guru*. Semarang : Jurnal JMP. FIP IKIP PGRI Semarang.
- Tasrief Tarmizi. 2014. Kualitas Guru Menurun. <http://AntaraNew.Jakarta.com//Kualitas-Guru-Menurun/>.
- Yuki. 2009. *Kepemimpinan dalam Organisasi*. Edisi ke - 5. Jakarta : PT Indeks.
- Wahjosumidjo. 2005. *Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Wibisono, Dermawan. 2006. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : Erlangof the association for information systems

Perbandingan Persepsi Kualitas Atas Produk Gadget Buatan Korea dan China Di Kota Bandung

Supriyadi

Dosen STIE STEMBI – Bandung Business School

Yenti Rika Pratama

Peneliti Junior STIE STEMBI – Bandung Business School

Abstrak

Penelitian ini menganalisis perbandingan persepsi kualitas produk gadget dari Negara Korea dan China yang sedang menguasai pasar di Indonesia saat ini dari sudut pandang persepsi kualitas konsumen, Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang terjadi dikalangan masyarakat dengan semakin tingginya tingkat penggunaan gadget pada saat ini, selain itu juga dengan semakin banyak bermunculan berbagai merek gadget khususnya gadget China dan Korea ditengah-tengah masyarakat.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode survei pada konsumen gadget dikota Bandung,. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan telaah kepustakaan. Penelitian ini menggunakan dimensi kualitas menurut Garvin untuk mengukur persepsi kualitas terhadap produk gadget Korea dan China. untuk membuktikan apakah terdapat perbedaan persepsi kualitas antara gadget Korea dan China.

Metode yang digunakan Dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis hipotesis yang digunakan adalah jenis deskriptif dan komparatif. Sedangkan untuk jenis data yang diolah bersifat cross section, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode iterasi, dan alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji beda Wilcoxon. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi kualitas konsumen antara Produk Gadget Korea dan China.

Kata Kunci Persepsi, dimensi kualitas

PENDAHULUAN

Penggunaan perangkat mobile dianggap telah menjadi hal yang lumrah bagi banyak orang dimasa kini. Namun hal tersebut ternyata tidak menyusutkan penjualan smartphone yang justru semakin meningkat setiap tahunnya. Data terbaru GfK menyatakan nilai penjualan smartphone di negara asia tenggara mencapai \$16,4 miliar (sekitar Rp 198 triliun), meningkat 33 persen dari tahun sebelumnya. Jumlah unit yang terjual pun mengalami peningkatan sebesar 44 persen setiap tahunnya. Pertumbuhan penjualan

smartphone di Indonesia mencapai 70% dalam 12 bulan terakhir, tertinggi di antara negara-negara di kawasan.

Sebanyak 120 juta smartphone dan phablet terjual pada bulan agustus 2014 dikawasan asia tenggara. Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, Indonesia, Vietnam, dan kamboja menjadi penggerak utama dari pertumbuhan ini.

Di asia tenggara sendiri, ada sekitar 345 smartphone bermerk asal Tiong-kok yang mampu menjual dengan harga 58% lebih murah dari smartphone merk Internasional lain. Menurut Account

Director for Digital World GfK Asia Gerard Tan, low budget smartphone melakukan penetrasi ke pasar dengan sangat baik. Merk raksasa yang mendunia kerap kalah saing dengan merk Tiongkok dalam kompetisi harga. Semen-tara smartphone merk interna-sional berkisar \$253 (sekitar Rp3 juta), merk Tiongkok menawarkan harga rata-rata sekitar \$159 (sekitar Rp 2 juta).

Geliat vendor Tiongkok menawarkan model low-end terbaru mereka membuat smartphone menjadi semakin terjangkau dan kompetisi menjadi semakin intensif.

“kondisi di negara berkembang menjadi alasan utama dibalik pengadopsian smartphone. Pasalnya banyak orang yang berada diluar kota-kota besar di negara tersebut baru memiliki smartphone setelah konsep ponsel ‘pintar’ walau telah diperkenalkan sejak lama,” ungkap Tan.

Indonesia memimpin sebagai negara dengan pertumbuhan penjualan paling tinggi hingga 70%, disusul Viet-nam 56%, dan Thailand 44%. Sementara dalam segi Valuasi, Vietnam berada di posisi puncak dengan pertum-buhan valuasi hingga 52%, Indonesia 32%, dan Thailand 31%. (sumber : dailysocial.net (21/10/14)

Hal ini menyebabkan Indonesia menjadi salah satu pangsa pasar besar bagi para produsen Gadget. Berikut produsen produk gadget yang sedang menguasai pasar saat ini

Tabel 1
Tabel Produsen Produk Gadget

Global Smartphone vendor shipment (millions of units)	Q1'14	Q2'14	Q3'14	Q4'14	Q1'15
samsung	89,0	74,5	79,2	74,5	83,2
apple	43,7	35,2	39,3	74,5	61,2
lenovo-motorola	19,7	23,8	24,5	24,7	18,8
huawei	13,4	20,1	16,5	24,1	17,3
others	119,2	141,4	163,9	182,3	164,5
total	285,0	295,0	323,4	380,1	345,0

Sumber : technasia.com

Berdasarkan fenomena di atas penulis ingin meneliti tentang perbandi-

ngan kualitas produk gadget dari Negara Korean dan China yang tengah menguasai pasar Indonesia saat ini dari segi persepsi konsumen itu sendiri sehingga mengetahui latar belakang persepsi kualitas yang melekat pada produk dari kedua Negara tersebut yang berada di benak konsumen.

Peneliti memilih membandingkan produk gadget Korea dan China dikarenakan kedua produk gadget dari kedua negara tersebut tengah menguasai pasar ditanah air. Selain itu produk dari masing-masing negara tersebut juga memiliki perbedaan tersendiri dimata para konsumen. dan cara-cara pemenuhan jenis gadget yang dibutuhkan dan sesuai keinginan konsumen pun semakin bervariasi.

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk “membandingkan persepsi kualitas atas produk Gadget buatan Korea dan China” yaitu gadget yang terkonsentrasi pada jenis smartphone ini. Apakah terdapat perbedaan persepsi dimensi kualitas antara gadget Korea dan China atau tidak

KAJIAN PUSTAKA

Teori Persepsi

“Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.” (Shiffman dan kanuk, 2008:137).

Menurut Kottler dan keller (2009:179) “Persepsi merupakan proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita.”

Jadi dapat di simpulkan persepsi merupakan sebuah tindakan menganalisis, menyusun dan menafsirkan suatu informasi sehingga memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan.

Pandangan atau Persepsi Mengenai Harga

Bagaimana konsumen memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. Misalnya perhatikanlah persepsi kewajaran harga. Persepsi ketidakadilan harga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk, dan akhirnya terhadap kesediaan mereka untuk menjadi pelanggan toko atau perusahaan jasa. Strategi yang mengurangi ketidakadilan harga yang dirasakan akan meningkatkan pandangan terhadap nilai produk. (Shiffman dan Kanuk, 2008:160)

Menurut Laksana (2008 : 105) "Harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan / atau pelayan yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa".

Konsumen memiliki harga acuan sebagai dasar pembelian. Menurut Scheffman dan Kanuk (2008:161) Harga acuan adalah setiap harga yang digunakan konsumen sebagai perbandingan dalam menilai harga lain. harga acuan dapat bersifat internal maupun eksternal ketika menilai kewajaran harga.

Keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan, bukan harga yang dinyatakan pemasar. Pelanggan mungkin memiliki batas bawah harga dimana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak dapat diterima, dan juga batas atas harga yang dimana harga lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan.

Memahami bagaimana konsumen sampai pada persepsi harga mereka adalah prioritas pemasaran yang penting diantaranya adalah:

1. Harga Referensi, konsumen sering menerapkan harga referensi mem-

bandingkan harga teliti dengan harga referensi internal yang mereka ingat atau dengan harga referensi internal yang mereka ingat atau dengan kerangka referensi eksternal seperti "harga reguler" eceran yang terpasang.

2. Asumsi Harga-Kualitas, banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator.
3. Akhiran Harga, riset memperlihatkan konsumen bahwa konsumen cenderung memperoses harga dari "kiri ke kanan" dan bukan membulatkannya. Pengkodean harga dengan cara ini penting jika ada batasan harga mental pada harga pembulatan yang lebih tinggi.

Persepsi Mengenai Kualitas

Para konsumen seringkali menilai kualitas suatu produk atau jasa berdasarkan berbagai macam isyarat informasi yang mereka hubungkan dengan produk. beberapa isyarat ini merupakan sifat intrinsik produk atau jasa sedangkan yang lain bersifat ekstrinsik. Baik secara tunggal maupun secara gabungan berbagai isyarat tersebut memberikan dasar bagi persepsi kualitas produk dan jasa. (Shiffman dan kanuk, 2008:162).

"Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhannya yang dinyatakan atau tersirat. (kottler dan keller, 2009: 143)"

Menurut Purnama (2006:9) kualitas bersumber dari dua sisi yaitu produsen dan konsumen. produsen menentukan persyaratan atau spesifikasi kualitas, sedangkan konsumen menentukan kebutuhan dan keinginan. Pendefinisian akan akurat jika produsen mampu menterjemahkan kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

Persepsi Mengenai Negara-Asal

Pemasar global tau bahwa pembeli mempunyai sikap dan kepercayaan berbeda tentang merek atau produk dari berbagai negara. Persepsi negara asal ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen secara langsung dan tidak langsung. (Kotler dan Keller, 2009:338).

Menurut Kotler dan Keller (2009: 338) "persepsi Negara asal adalah asosiasi dan kepercayaan mental yang dipicu oleh sebuah negara". Semakin bagus citra negara semakin penting label "Made In...".

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:412) efek negara asal tersebut mempengaruhi bagaimana para konsumen menilai kualitas dan merek-merek mana yang akhirnya akan mereka pilih.

Jadi dapat disimpulkan bahwa negara asal merupakan faktor kepercayaan konsumen terhadap sebuah negara yang menghasilkan sebuah produk unggulan, semakin bagus citra negara tersebut maka label Made In dalam sebuah produk harus semakin ditonjolkan.

Kualitas Produk

Kualitas sebuah produk merupakan suatu tolak ukur bagi berbagai pihak termasuk konsumen dan produsen, oleh sebab itu kualitas sebuah produk selalu menjadi hal yang menarik dalam pembahasannya. Meskipun demikian, Tidak jarang beberapa produsen dan konsumen mengabaikan hal ini.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 345), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal. Dengan kata lain Kotler dan Keller berpendapat bahwa Kualitas harus dilihat dari berbagai sudut pandang baik dalam maupun luar perusahaan sehingga dapat menghasilkan kualitas produk yang lebih baik.

Kualitas atau Mutu sebuah produk pun

menjadi prioritas utama bagi para produsen dalam memikat minat beli para konsumen dalam perusahaan. Kualitas produk adalah kemampuan produk menunaikan fungsi utamanya. Dengan perkataan lain tingkat mutu produk ditentukan oleh kemampuannya memenuhi kebutuhan utama pembeli atau manfaat inti. Tinggi dan rendahnya mutu produk di pasar ditentukan oleh konsumen bukan oleh produsen. (Sumarwan,2003)

Persepsi terhadap Kualitas Produk

Pada hakekatnya, setiap orang selalu melakukan persepsi terhadap hal-hal disekitarnya. Hal-hal telah dipelajari sebelumnya atau pengalaman-pengalaman masa lalunya bersama dengan hal-hal dari luar individu yang baru saja dipelajari, ditambah dengan hal-hal lain seperti sikap, harapan-harapan, fantasi, ingatan dan nilai-nilai yang dimiliki individu akan mempengaruhi persepsinya terhadap suatu objek persepsi.

Simamora (2002) mengatakan bahwa yang terpenting dari kualitas produk adalah kualitas obyektif dan kualitas menurut persepsi konsumen (persepsi kualitas) yang terpenting adalah persepsi di mata konsumen.

Persepsi konsumen terhadap suatu hal ini yang membuat kualitas suatu produk berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, karena persepsi kualitas merupakan persepsi dari konsumen maka persepsi kualitas tidak dapat ditentukan secara obyektif. Persepsi konsumen akan melibatkan apa yang penting bagi konsumen sehingga akan membawa minat membeli yang berbeda pula. kemampuan mempersepsi obyek stimulus, seseorang memperoleh input berupa pengetahuan tentang kualitas suatu produk. Sehingga konsumen yang dihadapkan pada suatu produk akan merasa tertarik terhadap kualitas dari suatu produk dan dapat pula digunakan dalam pengambilan keputusan (Wetly dan Yuki,1992)

Persepsi terhadap kualitas produk didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau

keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan (Durlanto, Sugiarto & Sitinjak, 2001). Karena persepsi terhadap kualitas merupakan persepsi dari pelanggan, maka tidak dapat ditentukan secara obyektif. Persepsi pelanggan akan melibatkan apa yang penting karena setiap pelanggan memiliki kepentingan yang berbeda-beda terhadap suatu produk atau jasa.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap kualitas produk adalah suatu proses yang terjadi dalam diri individu dalam memilih, menafsirkan, mengorganisasikan, menginterpretasikan, dan memberikan penilaian terhadap kualitas suatu produk apakah produk tersebut memuaskan atau tidak yang didasarkan pada pengalaman dan pengetahuan.

Faktor Yang Mempengaruhi persepsi Kualitas Produk

Garvin dalam Tjiptono dan Gregorius (2007:130), menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Gregorius (2007:130), ada delapan dimensi kualitas, yaitu :

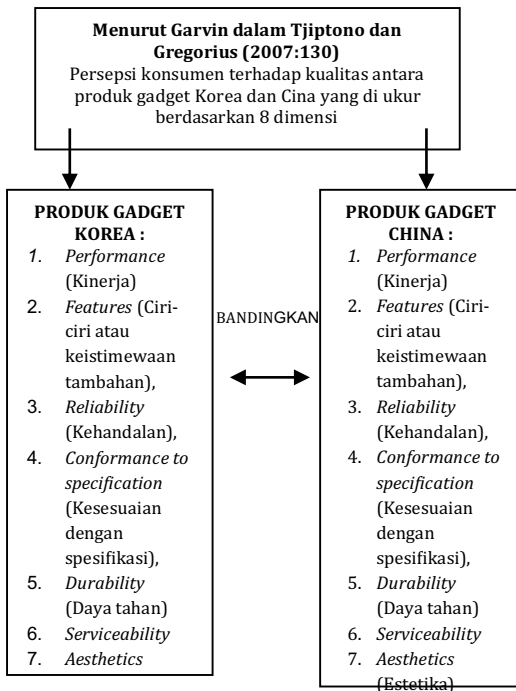
1. *Performance* (Kinerja), karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core Product*) misalnya karakteristik operasional utama mobil adalah kecepatan, akselerasi, system kemudi serta kenyamanan.
2. *Features* (Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap yaitu bagian-bagian tambahan dari produk. Bagian-bagian ini member penekanan bahwa perusahaan memahami kebutuhan pelanggannya yang dinamis sesuai perkembangan, yaitu menyangkut corak, rasa, penampilan, bau, dan daya tarik produk.
3. *Reliability* (Kehandalan), kemampuan

perusahaan dalam memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen. serta konsisten dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu pembelian ke pembelian berikutnya.

4. *Conformance to specification* (Kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya (tidak ada produk cacat).
5. *Durability* (Daya tahan), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan misalnya motor merk tertentu yang memposisikan dirinya sebagai mobil tahan lama walau telah berumur diatas 5 tahun tetapi masih berfungsi dengan baik.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. *Aesthetics* (Estetika), daya tarik produk terhadap panca indera, seperti bentuk fisik, warna, corak dan sebagainya.
8. *Perceived quality* (Kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut / ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merk, iklan, dan reputasi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis hipotesis yang digunakan adalah jenis deskriptif dan komparatif. Sedangkan untuk jenis data yang diolah bersifat *cross section* yaitu data yang diperoleh pada waktu yang sama terhadap objek yang berbeda. Adapun Paradigma dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1 Paradigma Penelitian sumber : Paradigma peneliti

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan alat analisis program SPSS (*Statistical Package For Social Science*) for Windows 17 dan Microsoft Excel 2013.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan Uji wilcoxon. Uji wilcoxon ini digunakan untuk menganalisis hasil-hasil pengamatan yang berpasangan dari dua data apakah berbeda atau tidak.

Uji hipotesis :

H0 : d = 0 (tidak ada perbedaan diantara dua perlakuan yang diberikan).

H1 : d ≠ 0 (ada perbedaan diantara dua perlakuan yang diberikan)

Dengan d menunjukkan selisih nilai antara

kedua perlakuan. statistik uji taraf signifikan (α) = 5 %.

Rumus uji wilcoxon :

$$Z = \frac{T - [\frac{1}{4N(N+1)}]}{\sqrt{\frac{1}{24N(N+1)(2N+1)}}$$

Dimana :

N = banyak data yang berubah setelah diberi perlakuan berbeda

T = jumlah renking dari nilai selisih yng negative (apabila banyaknya selisih yang positif lebih banyak dari banyaknya selisih negatif)

Z= jumlah ranking dari nilai selisih yang positif (apabila banyaknya selisih yang negatif > banyaknya selisih yang positif)

Kriteria pengujian :

H0 diterima dan H1 ditolak apabila nilai probabilitas > 0,05

H0 ditolak dan H1 diterima apabila nilai probabilitas < 0,05

Adapun hasil kesimpulan pengujian hipotesa masing-masing variable adalah sebagai berikut :

Tabel 2

kesimpulan Pengujian Hipotesa masing-masing variabel

variabel	probabilitas	alpha	keterangan
X1	0,000	0,05	signifikan
X2	0,000	0,05	signifikan
X3	0,000	0,05	signifikan
X4	0,000	0,05	signifikan
X5	0,000	0,05	signifikan
X6	0,069	0,05	tidak signifikan
X7	0,000	0,05	signifikan
X8	0,000	0,05	signifikan

Sumber : Hasil Perhitungan

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa hanya persepsi variable Aesthetics (estetika) (X6) yang “tidak terdapat perbedaan” antara gadget Korea dan China, sedangkan variable-variable yang lainnya memiliki perbedaan yang signifikan. Sehingga hasil penelitian dapat di generalisir terhadap seluruh populasi yaitu para konsumen produk-produk gadget Korea dan China di Kota Bandung dengan rentang usia 17 tahun keatas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan persepsi dimensi kualitas produk antara gadget Korea dan China.

Meskipun hasil pengujian secara empiris menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dinyatakan valid dan reliable namun penelitian ini tetap masih diperlukan pengujian dan pengukuran terhadap persepsi dimensi kualitas. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan terutama dalam jumlah sampel yang diteliti. Karena itu disarankan untuk penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan sampel yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar,Adam. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba*. Jurnal Manajemen. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012, Halaman 1.

Dailysocial.net.2014. *GfK : pertumbuhan penjualan smartphone di Indonesia Tertinggi dikawasan Asia tenggara*. <https://dailysocial.net/post/gfk-pertumbuhan-smartphone-indonesia-tertinggi-asia-tenggara>

Droidlime.com.2014.Seluk Beluk Hp China,Inilah Beberapa Faktanya. <http://www.droidlime.com/artikel/sel>

uk-beluk-Hp-China-Inilah-Beberapa-Faktanya.html

DuniaIndustri.com. 2014. *Wow Samsung Incar Penjualan US\$1,5 Miliar Di Indonesia*. <http://duniaindustri.com/wow-samsung-incar-penjualan-us-15-miliar-di-indonesia/>

Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid satu dan dua. Jakarta: Erlangga.

Laksana, Fajar. 2014. *Manajemen Pemasaran*. 2008. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Ekonosia.

Sagala. *Analisis Perbandingan Persepsi tentang kualitas produk kamera DSLR (Digital Single Lens Reflex) Merek Canon dan Nikon pada Komunitas Fotografi di Kota Bandung tahun 2014* .Jurnal. Universitas Telko m.

Shiffman, Leon dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Cetakan ke empat. Jakarta: Indeks.

Simamora.2002. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta:Graha Ilmu

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Ke-19. Bandung: Alfabeta.

.2013.*Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan Ke-18. Bandung: Alfabeta.

Sulistiyari. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame*. Jurnal Manajemen. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012, Halaman 1.

Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Techinasia.com.2015. *Samsung tetap mendominasi pengiriman smartphone global di Q1 2015*. <https://id.techinasia.com/penjualan-smartphone-global-q1-2015/>

Tjiptono, Fandy dan Chandra. 2007. *Service Quality Satisfaction*. Edisi ke dua. Yogyakarta: Andy.

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan (Survei Pada Karyawan PT. Sagitarius Kota Bandung)

Patria Supriyoso

Dosen STIE STEMBI – Bandung Business Schoo

Sastria Ayera Mulya

Peneliti Junior STIE STEMBI – Bandung Business School

Abstrak

Keberhasilan sebuah organisasi ditentukan oleh kualitas orang-orang yang bekerja di dalamnya. Perubahan dan perkembangan teknologi yang begitu cepat & pesat menuntut kemampuan SDM dalam menangkap fenomena perubahan tersebut. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan tranformasional dan disiplin terhadap kinerja karyawan baik secara simultan dan parsial.

Kepemimpinan transformasional yang menginspirasi para pengikut untuk melampaui kepentingan-pribadi mereka dan yang mampu membawa dampak mendalam dan luar biasa pada para pengikut Robbin ,(2007:472) Menurut Veithzal (2005 : 825) : Disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawabnya yang diberikan kepadanya Gomes (2003:142). Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik inferensial, adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif Verifikatif. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan Karyawan PT Sagitarius Kota Bandung jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 108, dengan teknik analisis regresi linear berganda.

Penerapan Kepemimpinan Transformasional, Disiplin kerja dan Kinerja Karyawan yang dimiliki oleh Departemen atau Divisi PT Sagitarius dalam kondisi tinggi. Terdapat pengaruh signifikan antara Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Sagitarius di Kota Bandung Secara Simultan maupun Parsial

Kata Kunci : Kepemimpinan Transformasional, Disiplin kerja dan Kinerja Karyawan .

PENDAHULUAN

Keberhasilan sebuah organisasi sangat ditentukan oleh kualitas orang-orang yang bekerja di dalamnya. Perubahan & perkembangan teknologi yang begitu cepat & pesat menuntut kemampuan SDM dalam menangkap fenomena perubahan tersebut, menganalisa dam-

paknya terhadap organisasi dan menyiapkan manajemen sumber daya yang tepat guna menghadapi kondisi tersebut. manajemen sumber daya manusia dalam perusahaan tidak hanya sekedar administratif tetapi justru lebih mengarah pada bagaimana mampu mengembangkan potensi sumber daya

manusia itu sendiri agar menjadi kreatif dan inovatif (Bagianto, 2014) Survei dari kamar dagang dan industri India menemukan banyak pimpinan yang kurang memperhatikan bawahannya. Rata-rata pimpinan hanya duduk membuka situs jejaring setiap hari sampai 1 jam lamanya. Hal tersebut berdampak pada kinerja pegawai, hasil studi mengatakan adanya penurunan kinerja pegawai sampai 12.5%. Data di atas mengambil sampel

dari 4.000 orang pegawai perusahaan, dengan rentang umur 21 tahun di 60 kota besar di India. Hampir separuh pimpinan dan pegawai mengakses Facebook selama jam kerja. 4 dari 10 orang mengaku membangun memasukan data ditempat kerja mereka. 83% mengatakan tidak masalah mengakses internet selama jam kerja, dan sebagian mengatakan bahwa mereka tidak kecanduan dengan internet. Tetapi masalah tersebut akan berdampak panjang, mengingat kurang baik bagi kondisi perusahaan. Angka survai memang tidak belum akurat dan tidak mewakili sebagian aktifitas pegawai seluruhnya. Tetapi dampaknya akan menurunkan performa pegawai sampai kurang produktifnya pegawai terhadap kerja perusahaan (Lucky, 2014) Menurut Dedi Carbani, (2014) Sampai saat ini, kepemimpinan masih menjadi topik yang menarik untuk dikaji dan diteliti, karena paling sering diamati namun merupakan fenomena yang sedikit dipahami. Fenomena gaya kepemimpinan di Indonesia menjadi sebuah masalah menarik dan berpengaruh besar dalam kehidupan politik dan bernegara. Dalam dunia bisnis, gaya kepemimpinan berpengaruh kuat terhadap jalannya organisasi dan

kelangsungan hidup organisasi. Peran kepemimpinan sangat strategis dan penting dalam sebuah organisasi sebagai salah satu penentu keberhasilan dalam pencapaian misi, visi dan tujuan suatu organisasi. Maka dari itu, tantangan dalam mengembangkan strategi organisasi yang jelas terutama terletak pada organisasi di

satu sisi dan tergantung pada kepemimpinan.

Dari data kehadiran PT Sagitarius pada 5 tahun terakhir terlihat bahwa dari rata-rata 108 karyawan hampir 75 % karyawan tidak hadir dengan keterangan sakit, ijin ataupun tanpa keterangan, hal ini mengidentifikasikan bahwa disiplin kerja karyawan di PT Sagitarius masih belum optimal. (data Perusahaan)

Pemimpin transformasional memiliki visi kolektif, jelas dan memiliki kemampuan mengkomunikasikan secara aktif terhadap seluruh pegawai, melalui berbagai cara, antara lain memberi contoh yang memberi inspirasi bahwa kepentingan organisasi lebih dari kepentingan individual. Pemimpin transformasional mampu mendorong pegawai lebih inovatif, berani mengambil resiko untuk pembaharuan, tidak takut menggunakan cara diluar kebiasaan, tetapi tetap etis mewujudkan visi kolektifnya (Patudhin, 2014)

Sumber : PT Sagitarius Sedangkan menurut Miftah, (2010 : 121) "Kepemimpinan adalah aktivitas untuk mempengaruhi perilaku orang lain agar supaya mereka mau diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu". Berdasarkan Tabel 1.1 di atas terlihat bahwa tingkat kehadiran pegawai PT Sagitarius Kota Bandung masih rendah, Ini mengindikasikan kinerja pegawai rendah Para Leadership hendaknya tertarik pada sikap dan perilaku pegawainya, Karena sikap memberikan peringatan terhadap adanya problem potensial, dan sikap mempengaruhi perilaku. Pegawai yang mempunyai komitmen yang tinggi dapat meningkatkan kinerja. Bila leadership menginginkan agar kedisiplinan dan presensi atau tingkat kehadiran berkurang terutama diantara pegawai mereka produktif hendaknya melakukan hal yang akan membangkitkan sikap kerja yang positif. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat dan perekonomian Indonesia yang kurang stabil, hal ini bisa saja menjadi sumber, kendala organisasi namun bisa juga menjadi sumber keuntungan organisasi.

Kepemimpinan yang efektif bisa membantu organisasi untuk bisa bertahan dalam situasi ketidakpastian di masa datang. Seorang pemimpin yang efektif harus tanggap terhadap perubahan, mampu menganalisis kekuatan dan kelemahan sumber daya manusianya memecahkan mempengaruhi para pengikutnya untuk mempunyai optimisme yang lebih besar, rasa percaya diri, serta komitmen kepada tujuan dan misi organisasi sehingga Hal ini membawa konsekuensi bahwa setiap pemimpin berkewajiban untuk memberikan perhatian sungguh-sungguh dalam membina, menggerakkan dan mengarahkan seluruh potensi pegawai di lingkungannya agar dapat mewujudkan stabilitas organisasi dan peningkatan produktivitas yang berorientasi pada tujuan organisasi. Bawahan merasa percaya, kagum, loyal dan hormat terhadap atasannya sehingga bawahan termotivasi untuk berbuat lebih banyak dari pada apa yang biasa dilakukan dan diharapkannya. Kepemimpinan transformasional pada prinsipnya memotivasi bawahan untuk berbuat lebih baik dari apa yang biasa dilakukan, dengan kata lain dapat meningkatkan kepercayaan atau Disiplin bawahan yang akan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja. Berdasarkan uraian di awal, dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan Kepemimpinan Transformasional, kondisi Disiplin dan Kinerja Karyawan PT Sagitarius Kota Bandung
2. Apakah terdapat pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Disiplin terhadap
3. Kinerja Karyawan PT Sagitarius Kota Bandung 3) Apakah terdapat pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Karyawan PT Sagitarius Kota Bandung
4. Apakah terdapat pengaruh Disiplin terhadap Kinerja Karyawan PT Sagitarius Kota Bandung.

KAJIAN TEORITIS

Kepemimpinan Transformasional

Kepemimpinan Transformasional Dalam bahasa Indonesia "pemimpin" sering disebut penghulu, pemuka, pelopor, pembina, panutan, pembimbing, pengurus, penggerak, ketua, kepala, penuntun, raja, tuatua, dan sebagainya. Sedangkan istilah Memimpin digunakan dalam konteks hasil penggunaan peran seseorang berkaitan dengan kemampuannya mempengaruhi orang lain dengan berbagai cara. Pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan khususnya kecakapan-kelebihan disatu bidang, sehingga dia mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu untuk pencapaian satu beberapa tujuan (Kartini, 2005 : 38).

Kita dapat saja berbeda dari beberapa pandangan di atas dalam memaknai konsep pemimpin, namun yang dapat penulis simpulkan bahwa dari rumusan diatas secara umum, pemimpin adalah seseorang yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi individu dan/ atau sekelompok orang lain untuk bekerja sama mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Disiplin

Disiplin Menurut Veithzal (2005 : 825) : Disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku.

Ada empat bentuk-bentuk disiplin kerja menurut Veithzal, yaitu :

1. Disiplin Retributif (Retributive Discipline), yaitu berusaha menghukum orang yang berbuat salah.
2. Disiplin Korektif (Corrective Discipline), yaitu berusaha membantu

karyawan mengkoreksi perilaku yang tidak tepat.

3. Perspektif hak-hak individu (Individual Right Perspective) yaitu berusaha melindungi hak-hak dasar individu selama tindakan-tindakan disipliner.
4. Perspektif Utilitarian (Utilitarian Perspective), yaitu berfokus kepada penggunaan disiplin hanya pada konsekuensi-konsekuensi tindakan disiplin melebihi dampak-dampak negatifnya.

Menurut Siswanto (2003 : 291) disiplin kerja dapat didefinisikan sebagai: Suatu sikap menghormati, menghargai, patuh, dan taat terhadap peraturan-peraturan yang berlaku, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis serta sanggup menjalankannya dan tidak mengelak untuk menerima sanksisanksinya apabila ia melanggar tugas dan wewenang yang diberikan kepadanya.

Kinerja Karyawan

Para ahli manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi sering menyebut istilah kinerja dengan performance atau actual performance, yang berarti apa yang telah dihasilkan oleh individu pegawai. Istilah yang lain adalah "Sasaran utama evaluasi kinerja adalah menilai dengan tepat sumbangan kinerja individu sebagai dasar untuk mengambil keputusan alokasi imbalan" (Robbins, 2007 : 704).

Menurut Anwar (2009: 9): "Kinerja adalah hasil kerja (output) baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai SDM persatuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya"

Sedangkan Stoner dalam Pabundu (2008 : 121) Kinerja adalah fungsi dari motivasi, kecakapan dan persepsi peranan".

KERANGKA BERFIKIR

Peneitian terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Hernowo Narmodo dan M. Farid Wajdi (2006), Jurnal yang berjudul "Pengaruh Motivasi dan Disiplin Terhadap Kinerja Pegawai Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Wonogiri", menyimpulkan bahwa Hasil analisis menunjukkan pengaruh yang signifikan positif diantara variabel motivasi dan disiplin terhadap kinerja pegawai. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Zesbendri, S.E. dan Dra. Anik Ariyanti, M.M. (2010), Jurnal yang berjudul "Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Badan Pusat Statistik" menyimpulkan bahwa variabel disiplin berpengaruh positif signifikan sangat kuat terhadap kinerja pegawai. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Puji Lestyaningsih, S.Sos. (2001) ,Jurnal yang berjudul "Pengaruh Kompetensi, Disiplin dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai PLN APJ Surabaya" menyimpulkan bahwa kompetensi dan disiplin berpengaruh positif terhadap kinerja. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Anikmah (2009), Jurnal yang berjudul "Pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Pegawai (Survey pada PT. Arsitama)" menyimpulkan bahwa Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai PT. Arsitama. Hal ini terbukti dari hasil uji t mempe-roleh nilai t hitung sebesar 4,223 diterima taraf signifikansi 5% ($p < 0,05$) dan H1 diterima. Artinya semakin baik kepemimpinan transformasional meningkat maka kinerja pegawai akan meningkat.

Hubungan Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja

Konsumen yang suka atau bersikap positif Berdasarkan hasil kajian literatur yang dilakukan oleh Luthan, (2006:654) pemimpin transformasional lebih sering memakai taktik legitimasi dan melahirkan tingkat identifikasi dan internalisasi yang lebih tinggi, memiliki kinerja yang lebih

baik dan mengem-bangkan pengikutnya. Menyimpul-kan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabelvariabel kepemimpinan transformasional terhadap kinerja pegawai. Hasil penelitian menunjukkan pula kepemimpinan atasan lebih cenderung pada pendekatan kepemimpinan transformasional, karena pimpinan memberikan motivasi dan contoh yang baik.

Pemimpin transformasional juga harus mempunyai kemampuan untuk menyamakan visi masa depan dengan bawahannya, serta mempertinggi kebutuhan bawahan pada tingkat yang lebih tinggi dari pada apa yang mereka butuhkan.

Hubungan Disiplin terhadap Kinerja

Hubungan antara disiplin dan kinerja adalah apabila seseorang memiliki tingkat disiplin yang tinggi maka kinerja orang tersebut juga akan naik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hernowo Narmodo dan M. Farid Wajdi (2006), Zesbendri dan Anik (2010), dan Puji Lestyaningsih (2001) serta sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Mathis & Jackson (2008 : 317) yaitu disiplin efektif sebaiknya diarahkan kepada perilaku dan bukan kepada karyawan secara pribadi, karena alasan untuk pendisipli-nan adalah untuk meningkatkan kinerja.

Hipotesis

Berdasarkan atas kerangka pemikiran dan identifikasi masalah, maka penulis mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini, adapun hipotesis atau kesimpulan sementara yang diajukan adalah:

1. Kondisi kepemimpinan transformasional efektif, disiplin kerja tinggi dan kinerja karyawan tinggi pada PT. Sagitarius Kota Bandung.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional terhadap kinerja karyawan pada PT. Sagitarius Kota Bandung.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Sagitarius Kota Bandung.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Sagitarius Kota Bandung.

METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian ini di PT Sagitarius Kota Bandung, subjek penelitian atau responden adalah karyawan PT Sagitarius Kota Bandung tersebut dimana dalam penelitian ini penulis akan menganalisis deskripsi tentang keadaan Kepemimpinan Transformasional, Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan, dimana yang menjadi responden untuk variabel Kepemimpinan Transformasional adalah karyawan dan responden untuk variabel Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan adalah atasan. Penulis menggunakan metode penelitian berdasar analisis deskriptif dan verifikatif. Penelitian “deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi” (Sugiyono, 2013:206), Sedangkan penelitian “verifikatif digunakan untuk membuktikan adanya hubungan antara Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja”.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan Analisis Data Responden Pada penelitian ini penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan yaitu karyawan dan atasan PT Sagitarius. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, Bahwa dari kuesioner yang dikirim kepada responden semuanya terisi dan dikembalikan kepada penulis. Pertimbangan jumlah kuesioner

yang disebar pada setiap cabang adalah yang sudah lama. Dengan Total Bobot kepemimpinan Transformasional sebesar 1021, bobot disiplin kerja 1435 dan bobot kinerja 2204

Pengujian Data Validitas dan Reliabelitas Data penelitian yang terkumpul melalui kuisioner adalah data yang berskala ordinal, untuk menganalisis diperlukan data interval sebagai persyaratan menggunakan path analisis. Oleh karena itu seluruh variabel dengan data ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data interval melalui Method of Successive Interval (MSI) atau metode interval berurutan (lihat lampiran 3) Sebelum melakukan pengolahan data, terlebih dahulu data yang diperoleh melalui kuisioner perlu diuji kesahihan dan keandalannya. Untuk itu dilakukan analisis dari keseluruhan pernyataan pada kuisioner dengan hasil dari kuisioner terlihat bahwa semua item pada setiap variabel dinyatakan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel.

Dari hasil pengolahan data kuisioner pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan regresi linier yaitu berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.354X_1 + 0.370 X_2 + \text{Errorvar.}$$

$R^2 = 0.424$ Dari model persamaan di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Koefisien regresi X_1 adalah 0,354, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel Kepemimpinan Transformasional sebesar satu satuan nilai akan meningkatkan Kinerja Karyawan sebesar 1 satuan nilai atau 35,4% dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
2. Koefisien regresi X_2 adalah 0,370, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Disiplin kerja sebesar satu satuan nilai akan menaikkan Kinerja Karyawan sebesar 0,370 satuan nilai atau 37,0 % dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Nilai R^2 atau koefisien

determinasi multipel sebesar 0.424 memperlihatkan besarnya

3. Nilai R^2 atau koefisien determinasi multipel sebesar 0.424 memperlihatkan besarnya pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja secara keseluruhan terhadap Kinerja Karyawan yaitu sebesar 42,4%.
4. Nilai Errorvar yaitu sebesar 0.576 memperlihatkan besarnya pengaruh faktor lain di luar Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja terhadap Kinerja Karyawan yaitu sebesar 57,6%, yaitu kompensasi karena variabel ini secara umum mempengaruhi Kinerja Karyawan bila variabel ini turun maka Kinerja Karyawanpun akan rendah (Toni Sanjaya, 2016), Sementara itu nilai R^2 atau koefisien determinasi multipel sebesar 0.424 memperlihatkan besarnya pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja secara keseluruhan terhadap Kinerja Karyawan yaitu sebesar 42,4%.

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja Terhadap Kinerja Karyawan secara simultan.

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh kedua variabel X tersebut secara simultan terhadap variabel Y adalah dengan melakukan pengujian dengan koefisien determinasi (R^2). Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi yaitu sebesar 0,357

Nilai F hitung kemudian dibandingkan dengan nilai $F_{0.05;(58-2)}$. dari tabel distribusi F di mana diperoleh nilai $F_{0.05;(58-2)}$ sebesar 3,15. Nilai F hasil perhitungan di atas yaitu 21,34 ternyata lebih besar dari F di tabel (3,15). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Atau dengan kata lain secara simultan Kepemimpinan Transformasional (X_1) Disiplin kerja (X_2) berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan (Y) PT Sagitarius.

Terlihat bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} sehingga hasil

pengujian yang diperoleh adalah signifikan. Atau dengan kata lain pengaruh yang terjadi dapat digeneralisir terhadap seluruh populasi yakni PT Sagitarius.

Pengaruh Secara Parsial Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja terhadap Kinerja Karyawan

Adapun hasil pengujian secara parsial terhadap hipotesis statistic sebagaimana hasil diatas, adalah sebagai berikut:

Pengujian Parsial

Variabel	Nilai		Kesimpulan
	t _{hitung}	Nilai t _{tabel}	
X ₁	2,81	1,67	Signifikan
X ₂	2,93	1,67	Signifikan

sumber : Hasil Perhitungan

Terlihat bahwa X₁ dan X₂ memiliki pengaruh yang signifikan. Artinya apabila terjadi perubahan sedikit saja pada variabel X₁ (Kepemimpinan Transformasional) dan X₂ (Disiplin kerja), maka akan langsung terjadi perubahan yang berarti pada variabel Y (Kinerja Karyawan). Selain itu pengaruhnya dapat digeneralisir terhadap seluruh populasi PT Sagitarius.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Penelitian mengenai pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja terhadap Kinerja Karyawan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi kepemimpinan transformasional efektif, disiplin kerja tinggi dan kinerja karyawan tinggi pada PT. Sagitarius Kota Bandung.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional terhadap ki-

nerja karyawan pada PT. Sagitarius Kota Bandung.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Sagitarius Kota Bandung.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Sagitarius Kota Bandung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Mengacu kepada kesimpulan hasil penelitian ini, disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan Setelah dilihat dari Kinerja, ternyata indikator yang paling dominan yang mempengaruhi Kinerja Karyawan adalah variabel disiplin kerja dengan indikator Sikap Menghormati peraturan yang berlaku oleh sebab itu perusahaan harus mempertahankannya dan terus meningkatkannya karena memberikan kontribusi yang besar terhadap kinerja karyawan dengan cara memotivasi karyawan tersebut untuk meningkatkan sikap menghormati peraturan yang berlaku terhadap dirinya dengan pelatihan-pelatihan yang diadakan secara kontinyu selain itu supaya disiplin tetap tinggi perusahaan harus memberikan sanksi yang tegas kepada yang melanggar
2. Untuk dapat meningkatkan Kinerja Karyawan, perusahaan harus senantiasa memperhatikan Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja Karyawan dan atasan PT Sagitarius.
3. Untuk peneliti selanjutnya Mengacu pada hasil penelitian ini didapatkan gambaran bahwa banyaknya teori yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja terhadap Kinerja Karyawan adalah benar Berdasarkan penelitian ini pula,

penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan pembahasan yang lebih mendetail pada berbagai indikator dalam variabel Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin kerja yang dilakukan perusahaan ataupun melakukan penelitian lain dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi Kinerja Karyawan misalnya Kompensasi

4. Selain itu pemilihan responden diharapkan dapat lebih baik atau sesuai dengan variabel apa yang akan diteliti agar hasil yang didapatkan akan lebih baik atau sesuai dengan apa yang hendak diukur dan diketahui serta jumlah responden ditambah supaya lebih valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Anikmah. 2008. *"Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan"* (Survey Pada PT. Jati Agung Arsitama Grogol Sukoharjo). Skripsi : UMS
- Anwar, Prabu. 2009. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung : Refika Aditama.
- _____. 2007. *MSDM Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Edison, Novie : 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Upaya Tenaga Penjual Guna Meningkatkan Kinerjanya (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Regional Loan Sales 7 Semarang)*. Tesis : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gomes, Faustino Cardoso. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hadari, Nawawi. 2006 *Kepemimpinan Mengefektifkan Organisasi*. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada Press.
- Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.
- Hernowo Narmodo dan M. Farid Wajdi. 2006. *Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Terhadap Kinerja Pegawai Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Wonogiri*.
- Kartini, Kartono .2005. *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta : PT.Raja grafindo persada.
- Luthan, Fred 2006. *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Mathis Robert L, Jackson John L.2009.*Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta :Salemba Empat.
- Miftah, Toha. 2010. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Ngalim, Purwanto. 2009. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pabundu, Tika. 2008. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Pangesti, Dian Ayu .2009.*Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Individual dengan Self Esteem dan Self Eficancy Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi : UMS.
- Puji Lestyaningsih. 2001. *Pengaruh Kompetensi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai*
- Riduwan dan Engkos.2008.*Analisis Jalur (Path Analisis)*.Bandung : Alfabeta
- Robbins, Stepen P. 2007. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Siagian, S.P. 2003. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*.Jakarta : Rineka Cipta.
- Siswanto. 2003. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Edisi 2, Jakarta, PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfa Beta.
- Sunarsih. 2001. *Kepemimpinan Masa Kini*. <http://mikoecahsmasiji.wordpress.com/2011/02/13/kepemimpinan-masa-kini/>.
- Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Veithzal, Rivai. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Yukl, Gary. 2009. *Kepemimpinan Dalam Organisasi*. Jakarta : PT. Indeks.

Zesbendri dan Anik. 2010. *Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Badan Pusat Statistik*.

Artikel :

Bagianto. 2014. *Artikel Manajemen*.

Dedi Carbani. 2014. *Artikel Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Bandung*

Lucky. 2014. *Artikel Manajemen*.

Patudhin. 2014. *Artikel Inspektorat Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Bandung*

Keterkaitan Lokasi dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan

Eka Purwanda

Dosen STIE STEMBI – Bandung Business School

Aldy Hernawan

Peneliti Junior STIE STEMBI – Bandung Business School

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi loyalitas pelanggan (survei konsumen Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Bandung). Latar belakang penelitian ini adalah loyalitas pelanggan rendah Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Bandung.

Menurut Zeithmal dan Bitner (Rombe, 2009: 42) kualitas pelayanan sebagai penyampaian layanan unggulan atau superior relatif terhadap ekspektasi konsumen. Heizer dan Render (2009: 486) menjelaskan bahwa tujuan dari strategi lokasi adalah memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Dan menurut Griffin (2005: 4) loyalitas didefinisikan sebagai pembelian non acak yang diekspresikan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambil keputusan.

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Sampel penelitian ini adalah 160 responden pelanggan minimarket, termasuk 50 pelanggan Alfamart dan Indomart, serta Yomart dan Circle K masing-masing sebanyak 30 responden. Penelitian ini bersifat deskriptif dan asosiatif. Dengan teknik drawal dari teknik sample yang dilakukan adalah incidental sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pengaruh yang lebih dominan terhadap loyalitas pelanggan pada setiap Alfamart, Indomart, Yomart, dan Circle K dibandingkan dengan lokasi. Sedangkan secara keseluruhan, kualitas pelayanan dan lokasi pengaruhnya sama pada pelanggan Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Bandung.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Loyalitas Pelanggan*

PENDAHULUAN

Indonesia dengan penduduk sebesar 252 juta jiwa, 50% di antaranya merupakan usia produktif, merupakan pasar yang paling potensial di Asia Tenggara. PDB per kapita Indonesia US\$ 3.500 melampaui negara pesaing di Asean seperti Filipina dan Vietnam. Jumlah rumah tangga di Indonesia dengan anggaran belanja tahunan berkisar US\$ 5.000US\$ 15.000 diperkirakan meluas dari 36% pada saat ini menjadi 58% pada 2020. Lebih dari 60 juta penduduk berpenghasilan rendah diproyek-sikan

bergabung dengan kelas menengah di dekade mendatang, dan mendorong permintaan pelanggan semakin kuat. Total pasar industri consumer goods di Indonesia pada 2030 diperkirakan US\$ 810 miliar. Tidak heran, belanja pelanggan di Indonesia tumbuh rata-rata per tahun sekitar 11,8% periode 2012-2015. Pada 2015, belanja pelanggan untuk makanan diperkirakan Rp 1.930 triliun, sementara produk di luar makan.

RI News Trade Industrial Community, 2016). Data Nielsen per September 2015, untuk penjualan FMCG

(Fast Moving Consumer Goods) diluar rokok, minimarket memiliki market share yakni 27,4 persen, sedangkan supermarket/ hypermarket 14,0 persen, dan pasar tradisional 58,6 persen. Ini menunjukkan, peluang memasarkan produk dalam jaringan ritel yang memiliki jangkauan luas akan merangsang pertumbuhan produksi suatu produk itu sendiri, hal ini akan memberi kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia (Corporate Communi-cation GM Alfamart, Nur Rachman dalam news.viva.co.id, 2015). Sigit (2016) juga menyatakan bahwa potensi bisnis minimarket Indonesia 2016 nampaknya akan lebih baik dibandingkan dengan tahun lalu. Pengamat ritel memprediksi akan terjadi peningkatan prospek sebesar 12%. Salah satu jenis usaha ritel adalah minimarket untuk jangka menengah panjang masih besar meskipun pertumbuhan omzet ritel nasional 2014 diperkirakan hanya naik tipis seiring melambatnya pertumbuhan ekonomi. Omzet ritel modern nasional pada 2015 diperkirakan tumbuh dbawah 10%. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) memperkirakan nilai penjualan ritel modern 2014 mencapai Rp162,8 triliun. Permintaan produk terutama makanan dan minuman masih menjadi kontributor utama (>60%). Beberapa faktor menjadi katalis positif pertumbuhan ritel nasional ke depan. Meningkatnya pendapatan masyarakat, meningkatnya populasi penduduk dengan bonus demografi dan pertumbuhan masyarakat yang pesat, urbanisasi, tingkat optimisme pelanggan yang kuat, dan pertumbuhan properti komersial menjadi driver permintaan industri ritel. Menurut AC Nielsen, 48% dari total belanja berasal dari masyarakat Proporsi masyarakat sendiri terhadap total populasi Indonesia diperkirakan meningkat dari sebesar 56,5% pada 2010 menjadi sebesar 68,4% pada 2015 dan sebesar 76,1% pada 2020 (Sigit, 2016). Menurut Sigit (2016) rata-rata pertumbuhan tahunan (Indeks Penjualan Riil) IPR Januari-Juli 2014

sebesar 16,7%, lebih tinggi dibandingkan periode yang sama tahun lalu yang sebesar 11,9%. Secara regional, IPR sebagian besar kota yang disurvei (9 kota) menunjukkan trend kenaikan. IPR kota Bandung mengalami rata-rata pertumbuhan tertinggi selama Januari-Juli 2014. Pertumbuhan IPR yang cukup tinggi juga terjadi di Semarang, Surabaya, dan Manado. Hal ini menunjukkan peranan dalam sektor ritel semakin penting. Meskipun ritel tradisional masih tetap mendominasi,

kenaikan market share perdagangan ritel modern dalam di Indonesia meningkat cukup pesat. Potensi bisnis minimarket semakin terlihat jelas ketika melihat market share tersebut meningkat dari 25% pada 2002 menjadi 44% pada 2012. Pertumbuhan ritel modern terutama terjadi pada format minimarket, convenience store, dan hypermarket dimana market share perdagangan minimarket mengalami kenaikan tertinggi. Dilihat dari perkembangan jumlah gerai selama 10 tahun terakhir, format minimarket tumbuh rata-rata 17,4%, hypermarket 17,9%, sedangkan format supermarket mulai cenderung ditinggalkan dengan pertumbuhan gerai rata-rata 3% per tahun. Jika menilik percepatan penetrasi maka potensi bisnis minimarket di Indonesia lebih besar dibanding negara tetangga. Penetrasi jumlah gerai ritel modern Indonesia masih lebih rendah dibandingkan dengan negaranegara ASEAN lainnya seperti Singapura, Thailand, dan Malaysia. Masing-masing format ritel modern memiliki pemain utama. Pesatnya perkembangan format minimarket (termasuk convenience store) didorong oleh ekspansi usaha Alfamart dan Indomaret yang menguasai sekitar 87% pangsa pasar (Sigit, 2016). Data lain pun penulis dapatkan di dalam survei pendahuluan yang penulis

Dari Data Olahan penulis melakukan survey pendahuluan pada 20 responden, yaitu 16 responden masih berbelanja di minimarket lain. Hanya 4 responden tidak pernah berbelanja di minimarket lain

selain di Alfamart, Indomart, Yomart, dan Circle K. Bisa dilihat datajurnal SMART adalah Terbitan Berkala Ilmiah yang di terbitkan oleh Program Studi Manajemen STIE STEMBI Bandung. Jurnal ini terbit sebanyak 3 kali dalam setahun (Terbit setiap 4 bulan sekali).

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi pelanggan tentang kualitas layanan, lokasi serta loyalitas pelanggan minimarket Alfamart, Indomart, Yomart, dan Circle K di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan?
2. Adakah pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan secara simulta masing-masing minimarket?
3. Adakah pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial masing-masing minimarket?

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005: 121) mendefinisikan bahwa kualitas layanan sebagai ukuranseberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapanpelanggan. Zeithmal dan Bitner (dalam Rombe, 2009: 42) juga mendefinisikan bahwa "service quality as the delivery of excellent or superior service relative to costumer expectations". Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan sebagai penyampaian layanan secara excellent atau superior yang diberikan secara relatif terhadap harapan konsumen.

Adapun pendekatan kualitas layanan yang dijadikan acuan dalam riset pemasaran ialah model retail service

quality scale (RSQS). Berikut lima dimensi kualitas layanan Dabholkar, et. al. (dalam Nguyen, 2007) sebagai berikut:

1. Aspek fisik (physical aspects), yaitu mencakup peralatan dan perlengkapan, fasilitas fisik, material yang terkait dengan layanan ritel, kenyamanan fasilitas fisik dan layout. Dimensi ini memiliki arti yang lebih luas daripada dimensi tangible SERVQUAL. Selain munculnya fasilitas, juga memperhitungkan kenyamanan pelanggan yang ditawarkan oleh tata letak fasilitas fisik. Semakin tinggi apresiasi pelanggan terhadap aspek fisik, maka semakin tinggi evaluasi secara keseluruhan kualitas layanan ritel.
2. Keandalan (reliability), keandalan disini mirip dengan dimensi reliability SERVQUAL. Keandalan ini termasuk menjaga janji-janji untuk melakukan sesuatu, memberikan layanan yang tepat, barang-barang yang tersedia dan bebas dari kesalahan transaksi dan catatan penjualan.
3. Interaksi pribadi (personal interaction), yaitu mencakup karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan, inspirasi keyakinan, menyediakan layanan cepat, bersedia untuk menanggapi permintaan pelanggan, memberikan perhatian individual kepada pelanggan, menunjukkan kesopanan kepada pelanggan dan bahkan memperlakukan pelanggan dengan benar di telepon.
4. Pemecahan masalah (problem solving), yaitu mencakup alamat penanganan kembali, pertukaran dan keluhan. Dimensi pemecahan masalah ini termasuk kesediaan ritel untuk menangani kembali dan pertukaran, minat tulus dalam masalah dan penanganan keluhan pelanggan secara langsung dan segera.
5. Kebijakan (policy), dimensi ini menangkap aspek kualitas layanan yang secara langsung dipengaruhi oleh kebijakan ritel. Ini termasuk barangbarang berkualitas

Lokasi

Keputusan mengenai lokasi bagi suatu usaha ritel memegang peranan yang sangat penting. Lokasi toko sangat memengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang. "Retailing are accustomed to saying that the three keys to success are location, location, and location"

(Kotler dalam Foster, 2008: 51). Pernyataan tersebut menyatakan bahwa tiga kunci sukses bagi pedagang eceran atau ritel adalah lokasi, lokasi dan lokasi. Hal ini menyiratkan bahwa betapa pentingnya keputusan mengenai lokasi bagi usaha ritel. Lokasi akan memengaruhi jumlah dan jenis konsumen yang akan tertarik untuk datang ke lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada, serta kapasitas parkir yang cukup memadai bagi konsumen.

Menurut Heizer dan Render (2009: 486) menjelaskan bahwa tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis. Pada analisis lokasi di sektor industri strategi yang dilakukan terfokus pada minimisasi biaya, sementara pada sektor jasa, fokus ditujukan untuk memaksimalkan pendapatan.

Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur mendapatkan bahwa biaya cenderung sangat berbeda di antara lokasi yang berbeda, sementara perusahaan jasa mendapati bahwa lokasi sering memiliki dampak pendapatan daripada biaya. Oleh karena itu bagi perusahaan jasa lokasi yang spesifik sering kali lebih mempengaruhi pendapatan daripada mempengaruhi biaya. Hal ini berarti bahwa fokus lokasi bagi perusahaan jasa seharusnya pada penetapan volume bisnis dan pendapatan.

Menurut Tjiptono (2006:42-43), pemilihan tempat lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana

transportasi umum.

2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas (traffics), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu banyak orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying dan kepadatan lalu lintas bias juga menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran atau ambulans.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dike-mudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing
8. Peraturan pemerintah.

Loyalitas Pelanggan Menurut Griffin (2005: 4), "loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit". Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih. Sedangkan menurut Oliver (dalam Hurriyati, 2010: 128-129), "Costumer loyalty is a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently in the future, despite situasional influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior".

Dari definisi berikut terlihat bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Gremler (dalam Foster, 2008: 173) juga menyatakan bahwa tingkatan/ derajat yang ditampakkan oleh pelanggan dalam

perilaku pembelian ulang, sikap positif terhadap penyedia pelayanan dan kecenderungan untuk hanya menggunakan pelayanan dari perusahaan yang sama apabila kebutuhan untuk memperoleh pelayanan tersebut muncul. Konsumen yang loyal merupakan aset tak ternilai bagi perusahaan, karakteristik loyalitas pelanggan menurut Griffin (2005:31) adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur (Makes regular repeat purchases). Melakukan pembelian ulang terhadap produk yang menjadi pilihan
2. Membeli diluar lini produk/ jasa (Purchases cross product and service lines). Membeli di luar lini produk. Hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan tidak mudah terpengaruh dengan penawaran produk lain.
3. Merekomendasikan kepada orang lain (Refers other). Menarik pelanggan baru untuk perusahaan dengan merekomendasikan kepada orang lain. Secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran untuk perusahaan.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (Demonstrates an immunity to the full of competition).

Seseorang konsumen dikatakan loyal jika ia mempunyai suatu komitmen yang kuat untuk menggunakan lagi jasa yang diberikan secara rutin. Banyak perusahaan meluncurkan program-program tertentu yang tujuannya meningkatkan loyalitas konsumen, misalnya:

- a. Pemberian reward, cara ini biayanya tinggi dan jika tidak dikelola dengan baik akan menjadi bumerang bagi perusahaan dan sulit dihentikan apabila dihentikan akan menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen
- b. Memberikan pelayanan dengan menyajikan keunggulan dan diferensiasi di mata konsumen, hal ini dapat

menimbulkan ketertarikan konsumen terhadap produk atau jasa lain. Tetapi program-program untuk meningkatkan loyalitas sebaiknya tidak dilakukan secara terus menerus karena konsumen nantinya tidak dapat membedakan antara produk inti dan extra service.

METODE PENELITIAN

Adapun subjek penelitian ini unit analisisnya adalah individu. Sedangkan unit pengamatannya adalah pelanggan minimarket Alfamart, Indomart, Yomart, dan Circle K di Kota Bandung.

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah metode kuantitatif, yaitu penelitian berupa angka-angka dan analisis data menggunakan statistik. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan asosiatif.

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Sampel dari penelitian ini adalah 160 responden pelanggan minimarket, diantaranya 50 masing-masing pelanggan Alfamart dan Indomart, serta Yomart dan Circle K masing-masing 30 responden. Teknik penarikan sample yang dilakukan adalah incidental.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart

Dari hasil perhitungan data kuesioner dapat ditafsirkan secara simultan pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Alfamart adalah 38,3%; sedangkan sisanya sebesar 61,7% loyalitas disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Seperti jumlah rata-rata pelanggan baru per bulan, frekuensi pembelian,

Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut ialah uji-F. Berdasarkan hasil pengolahan data

sebagai-mana terlihat pada tabel Anova diperoleh nilai F hitung sebesar 14.566 dan F table sebesar 3.20. Karena Fhitung > Ftabel yaitu 14,566 > 3,20 maka secara simultan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka semakin tinggi loyalitas pelanggan Alfamart di Kota Bandung semakin tinggi.

Pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut: $Y = 8,155 + 0,270 X_1 + 0,202 X_2$ Dari persamaan regresi diatas, dapat dilihat bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X_1) bertanda positif, hal ini berarti variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Kualitas Layanan naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 27% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Alfamart bertambah baik Kualitas Pelayanannya, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi. Untuk variabel Lokasi (X_2) juga bertanda positif, hal ini berarti variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Lokasi naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 20,2% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Lokasi Alfamart lebih strategis, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi. Nilai thitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah sebesar 2,797 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih besar dari pada ttabel yaitu sebesar 2,012. Karena thitung > ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Alfamart di Kota Bandung semakin tinggi. Nilai thitung untuk variabel Lokasi adalah sebesar 1,319 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih kecil daripada ttabel yaitu

sebesar 2,012. Karena thitung > ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, jika lokasi semakin strategis

maka tidak meningkatkan dan tidak menurunkan loyalitas pelanggan Alfamart di Kota Bandung. Untuk variabel yang X_1 yaitu variabel Kualitas Layanan yang mempunyai indikator aspek fisik, kehandalan, interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel kehandalan, artinya indikator kehandalan kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Kualitas Layanan yang memiliki Rhitung paling tinggi adalah kehandalan, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator kehandalan seperti memberi kenyamanan dengan pelayan transaksi, janji pelayanan dengan tepat dan iklan layanan yang tidak selalu sesuai dengan kenyataan. Untuk variabel X_2 yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan, dan kompetisi. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel tempat parkir, artinya indikator tempat parkir kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Lokasi yang memiliki Rhitung paling tinggi adalah tempat parkir, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir.

Untuk variabel Y yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator pembelian ulang, rekomendasi, dan kekebalan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel kekebalan, artinya indikator kekebalan kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Loyalitas Pelanggan yang memiliki Rhitung paling tinggi adalah rekomendasi, artinya

variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Alfamart dijadikan pilihan pertama berbelanja.

Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart di Kota Bandung. Sama halnya dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Kodya I Padang Panjang (Dezil, dkk, 2012) yang menyatakan bahwa promosi penjualan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Indomart

nilai R^2 dari data hasil perhitungan kuesioner dapat ditafsirkan secara simultan pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Indomart adalah 19,4%; sedangkan sisanya sebesar 80,6% loyalitas disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Seperti jumlah rata-rata pelanggan baru per bulan, frekuensi pembelian, jumlah pembelian rata-rata, tingkat peralihan Griffin (2005:200)

Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut ialah uji-F. Berdasarkan hasil pengolahan data sebagaimana terlihat pada tabel ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 5,665 dan Ftabel sebesar 3,20 (lampiran). Karena Fhitung > Ftabel yaitu $5,665 > 3,20$ maka secara simultan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan Indomart Kota Bandung semakin tinggi.

Pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 8,841 + 0,199 X_1 + 0,308 X_2 + \text{Error}$

Dari persamaan regresi diatas, dapat dilihat bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X_1) bertanda positif, hal ini berarti variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Kualitas Layanan naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 19,9% satuan nilai.

Hal ini berarti apabila Indomart bertambah baik Kualitas Pelayanannya, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi. Untuk variabel Lokasi (X_2) juga bertanda positif, hal ini berarti variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Lokasi naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 30,8% satuan nilai. Hal ini berarti apabila

Nilai Thitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah sebesar 2,026 dapat dilihat pada tabel koefisien dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih besar dari pada ttabel yaitu sebesar 2,012. Karena T Hitung > T table maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Indomart di Kota Bandung semakin tinggi.

Nilai thitung untuk variabel Lokasi adalah sebesar 1,863 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih kecil dari pada ttabel yaitu sebesar 2,012. Karena thitung < ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, jika lokasi semakin strategis maka tidak meningkatkan dan tidak menurunkan loyalitas pelanggan Indomart di Kota Bandung. Untuk variabel yang X_1 yaitu variabel Kualitas Layanan yang mempunyai indikator aspek fisik, kehandalan, interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel kehandalan, artinya indikator kehandalan

kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Kualitas Layanan yang memiliki Rhitung paling tinggi adalah interaksi pribadi, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator kehandalan seperti memberi kenyamanan dengan pelayan transaksi, janji pelayanan dengan tepat dan iklan layanan yang tidak selalu sesuai dengan kenyataan.

Untuk variabel X2 yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan, dan kompetisi. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel tempat parkir, artinya indikator tempat parkir kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Lokasi yang memiliki Rhitung paling tinggi adalah lalu lintas, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir

Untuk variabel Y yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator pembelian ulang, rekomendasi, dan kekebalan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel kekebalan, artinya indikator kekebalan kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Loyalitas Pelanggan yang memiliki Rhitung paling tinggi adalah rekomendasi, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Indomart dijadikan pilihan pertama

berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Yomart

Dari hasil perhitungan data kuesioner secara simultan pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Yomart adalah 65,6%; sedangkan sisanya sebesar 34,4% loyalitas disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Seperti jumlah rata-rata pelanggan baru per bulan, frekuensi pembelian, jumlah pembelian rata-rata, tingkat peralihan (attrition rate) (Griffin, 2005: 200).

Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut ialah uji-F. Berdasarkan hasil pengolahan data sebagai mana terlihat pada tabel ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 25,695 dan Ftabel sebesar 3,35 (lampiran). Karena Fhitung > Ftabel yaitu 25,695 > 3,35 maka secara simultan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan semakin tinggi

Pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan regresi linier berganda: $Y = 2,952 + 0,360 X_1 + 0,223 X_2 + \text{error}$

Dari persamaan regresi diatas, dapat dilihat bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X1) bertanda positif, hal ini berarti variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Kualitas Layanan naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 36% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Yomart bertambah baik Kualitas Pelayanannya, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi. Untuk variabel Lokasi (X2) juga bertanda positif, hal ini berarti variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Lokasi naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 22,3%

satuan nilai. Hal ini berarti apabila Lokasi Yomart lebih strategis, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi.

Nilai thitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah sebesar 3,531 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih besar dari pada ttabel yaitu sebesar 2,052. Karena Thitung > T tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Yomart di Kota Bandung semakin tinggi. Nilai Thitung untuk variabel Lokasi adalah sebesar 1,300 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih kecil dari pada t tabel yaitu sebesar 2,052. Karena Thitung > T tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, jika lokasi semakin strategis maka tidak meningkatkan dan tidak menurunkan loyalitas pelanggan Yomart di Kota Bandung.

Untuk variabel yang X1 yaitu variabel Kualitas Layanan yang mempunyai indikator aspek fisik, kehandalan, interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel kehandalan, artinya indikator kehandalan kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Kualitas Layanan yang memiliki R hitung paling tinggi adalah kehandalan, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator kehandalan seperti memberi kenyamanan dengan pelayanan transaksi, janji pelayanan dengan tepat dan iklan layanan yang tidak selalu sesuai dengan kenyataan.

Untuk variabel X2 yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan, dan kompetisi. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel tempat parkir, artinya indikator

tempat parkir kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Lokasi yang memiliki R hitung paling tinggi adalah lingkungan, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir.

Untuk variabel Y yaitu variabel Loyalitas yang mempunyai indikator pembelian ulang, rekomendasi, dan kekebalan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel kekebalan, artinya indikator kekebalan kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Loyalitas Pelanggan yang memiliki R hitung paling tinggi adalah kekebalan, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Yomart dijadikan pilihan pertama berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Yomart di Kota Bandung.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Circle K

Nilai R^2 dapat ditafsirkan secara simultan pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Circle K adalah 45,3%; sedangkan sisanya sebesar 54,5% loyalitas disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Seperti jumlah rata-rata pelanggan baru per bulan, frekuensi pembelian rata-rata tingkat peralihan Griffin (2005:200)

berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai F hitung sebesar 41,524 dan F table sebesar 3.05 maka secara simultan,

jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.

Pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan $Y = 6,973 + 0,273X_1 + 0,283X_2 + \text{error}$.

Dari persamaan regresi diatas, dapat dilihat bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X_1) bertanda positif, hal ini berarti variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Kualitas Layanan naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 27,3% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Circle K bertambah baik Kualitas Pelayanannya, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi. Untuk variabel Lokasi (X_2) juga bertanda positif, hal ini berarti variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas

Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Lokasi naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 28,3% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Lokasi Circle K lebih strategis, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi. Nilai thitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah sebesar 2,161 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih besar dari pada ttabel yaitu sebesar 2,052. Karena thitung > t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.

Nilai T hitung untuk variabel Lokasi adalah sebesar 1,252 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih kecil dari pada t tabel yaitu sebesar 2,052. Karena thitung < t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, jika lokasi semakin strategis maka tidak meningkatkan dan tidak menurunkan loyalitas pelanggan Circle K di Kota Bandung. Untuk variabel yang X_1 yaitu variabel Kualitas Layanan yang

mempunyai indikator aspek fisik, kehandalan, interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel interaksi pribadi, artinya indikator interaksi pribadi kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen.

Sedangkan diantara indikator variabel Kualitas Layanan yang memiliki R hitung paling tinggi adalah pemecahan masalah, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator interaksi pribadi seperti karyawan kurang tanggap dan ketertampilan karyawan yang kurang menumbuhkan kepercayaan. Untuk variabel X_2 yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan, dan kompetisi. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel tempat parkir, artinya indikator tempat parkir kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Lokasi yang memiliki

R hitung paling tinggi adalah lingkungan, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir.

Untuk variabel Y yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator pembelian ulang, rekomendasi, dan kekebalan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel kekebalan, artinya indikator kekebalan kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Loyalitas Pelanggan yang memiliki R hitung paling tinggi adalah kekebalan, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan

karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Circle K dijadikan pilihan pertama berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Circle K di Kota Bandung.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Seluruh Minimarket

pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Seluruh Mini-market Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K adalah 34,6%; sedangkan sisanya sebesar 65,4% loyalitas disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Seperti jumlah rata-rata pelanggan baru per bulan, frekuensi pembelian, jumlah pembelian rata-rata, tingkat peralihan (attrition rate) (Griffin, 2005: 200).

Uji hipotesis tersebut ialah uji-F. Berdasarkan hasil pengolahan data sebagai mana terlihat pada tabel ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 41,524 dan Ftabel sebesar 3,05 (lampiran). Karena Fhitung > Ftabel yaitu $41,524 > 3,05$ maka secara simul-tan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.

pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan regresi Linear berganda yaitu sebagai berikut : $Y = 7,657 + 0,273X_1 + 0,208X_2 + \text{error}$

Dari persamaan regresi diatas, dapat dilihat bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X1) bertanda positif, hal ini berarti variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Kualitas Layanan naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan

naik sebesar 27,3% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K bertambah baik Kualitas Pelayanannya, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi.

Untuk variabel Lokasi (X2) juga bertanda positif, hal ini berarti variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yakni apabila variabel Lokasi naik satu satuan nilai, maka variabel Loyalitas Pelanggan naik sebesar 20,8% satuan nilai. Hal ini berarti apabila Lokasi Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K lebih strategis, maka Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung akan tinggi.

Nilai Thitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah sebesar 5,250 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih besar dari pada ttabel yaitu sebesar 1,975. Karena thitung > t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi. Nilai thitung untuk variabel Lokasi adalah sebesar 2,515 dapat dilihat pada tabel koefisien (kolom t) dari perhitungan regresi. Nilai tersebut lebih kecil dari pada ttabel yaitu sebesar 1,975. Karena Thitung > Ttabel, dapat disimpulkan secara parsial, jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.

Untuk variabel yang X1 yaitu variabel Kualitas Layanan yang mempunyai indikator aspek fisik, kehandalan, interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel interaksi pribadi, artinya indikator interaksi pribadi kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Kualitas Layanan yang memiliki R hitung paling tinggi adalah kehandalan,

artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator interaksi pribadi seperti karyawan kurang tanggap dan ketertampilan karyawan yang kurang menumbuhkan kepercayaan.

Untuk variabel X2 yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan, dan kompetisi. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel tempat parkir, artinya indikator tempat parkir kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Lokasi yang memiliki R hitung paling tinggi adalah akses dan lingkungan, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir.

Untuk variabel Y yaitu variabel Lokasi yang mempunyai indikator pembelian ulang, rekomendasi, dan kekebalan. Diantara indikator tersebut yang memiliki nilai bobot atau skor paling rendah yaitu variabel kekebalan, artinya indikator kekebalan kurang mendapat perhatian dari pihak manajemen. Sedangkan diantara indikator variabel Loyalitas Pelanggan yang memiliki R hitung paling tinggi adalah rekomendasi, artinya variabel tersebut paling penting karena indikator tersebut paling mencerminkan karakter variabel. Jadi prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K tidak akan dijadikan pilihan pertama berbelanja.

Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh

terhadap Loyalitas Pelanggan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Kota Bandung

KESIMPULAN

Alfamart

kesimpulan dari Alfamart adalah :

1. Secara umum Kualitas Layanan dan Lokasi minimarket Alfamart berdasarkan tanggapan dari pelanggan berada dalam kategori tinggi yang berarti pelanggan memang sudah puas dengan kualitas layanan yang baik dan lokasi yang strategis. Sedangkan Loyalitas Pelanggan masih dalam kategori sedang, yang berarti tingkat kesetiaan pelanggan terhadap Alfamart biasa saja.
2. Secara simultan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan Alfamart di Kota Bandung semakin tinggi.
3. Secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Alfamart di Kota Bandung semakin tinggi.
4. Secara parsial, jika lokasi semakin strategis maka tidak meningkatkan dan tidak menurunkan loyalitas pelanggan Alfamart di Kota Bandung.

Indomart

kesimpulan dari Alfamart adalah :

1. Secara umum Kualitas Layanan dan Lokasi minimarket Indomart berdasarkan tanggapan dari pelanggan berada dalam kategori tinggi yang berarti pelanggan memang sudah puas dengan kualitas layanan yang baik dan lokasi yang strategis. Sedangkan Loyalitas Pelanggan masih dalam kategori sedang, yang berarti tingkat kesetiaan pelanggan terhadap Indomart biasa saja.
2. Secara simultan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan Indomart di Kota Bandung semakin

tinggi.

3. Secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Indomart di Kota Bandung semakin tinggi
4. Secara parsial, jika lokasi semakin strategis maka tidak meningkatkan dan tidak menurunkan loyalitas pelanggan Indomart di Kota Bandung.

Yomart

kesimpulan dari Alfamart adalah :

1. Secara umum Kualitas Layanan dan Lokasi minimarket Yomart berdasarkan tanggapan dari pelanggan berada dalam kategori sedang yang berarti pelanggan memang cukup puas dengan kualitas layanan dan lokasi yang cukup strategis. Serta Loyalitas Pelanggan masih dalam kategori sedang, yang berarti tingkat kesetiaan pelanggan terhadap Yomart biasa saja.
2. Secara simultan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan Yomart di Kota Bandung semakin tinggi.
3. Secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Yomart di Kota Bandung semakin tinggi.
4. Secara parsial, jika lokasi semakin strategis maka tidak meningkatkan dan tidak menurunkan loyalitas pelanggan Yomart di Kota Bandung.

Circle K

kesimpulan dari Alfamart adalah :

1. Secara umum Kualitas Layanan minimarket Circle K berdasarkan tanggapan dari pelanggan berada dalam kategori tinggi yang berarti pelanggan memang puas dengan kualitas layanan yang baik. Lokasi masih dalam kategori sedang yang berarti cukup strategis. Serta Loyalitas Pelanggan masih dalam kategori sedang, yang berarti tingkat kesetiaan pelanggan terhadap Circle K biasa saja.
2. Secara simultan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin

strategis maka loyalitas pelanggan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.

3. Secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.
4. Secara parsial, jika lokasi semakin strategis maka tidak meningkatkan dan tidak menurunkan loyalitas pelanggan Circle K di Kota Bandung.

Seluruh Minimarket

1. Secara umum Kualitas Layanan dan Lokasi minimarket Seluruh Minimarket (Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K) di Kota Bandung berdasarkan tanggapan dari pelanggan berada dalam kategori tinggi yang berarti pelanggan memang sudah puas dengan kualitas layanan yang baik dan lokasi yang strategis. Sedangkan Loyalitas Pelanggan masih dalam kategori sedang, yang berarti tingkat kesetiaan pelanggan terhadap Seluruh Minimarket di Kota Bandung biasa saja.
2. Secara simultan, jika kualitas layanan semakin baik dan jika lokasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.
3. Secara parsial, jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas pelanggan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.
4. Secara parsial, jika lokasi semakin strategis loyalitas pelanggan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K di Kota Bandung semakin tinggi.

SARAN

Alfamart

Alfamart Prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator kehandalan seperti memberi kenyamanan dengan pelayanan transaksi,

janji pelayanan dengan tepat dan iklim layanan yang tidak selalu sesuai dengan kenyataan. Sedangkan prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir. Serta prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Alfamart dijadikan pilihan pertama berbelanja.

Indomart

Prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator kehandalan seperti memberi kenyamanan dengan pelayanan transaksi, janji pelayanan dengan tepat dan iklan layanan yang tidak selalu sesuai dengan kenyataan. Sedangkan prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir. Serta prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Indomart dijadikan pilihan pertama berbelanja.

Yomart

Prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator kehandalan seperti memberi kenyamanan dengan pelayanan transaksi, janji pelayanan dengan tepat dan iklan layanan yang tidak selalu sesuai dengan kenyataan. Sedangkan prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir. Serta prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan

Yomart dijadikan pilihan pertama berbelanja.

Circle K

Prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator interaksi pribadi seperti karyawan kurang tanggap dan ketertampilan karyawan yang kurang menumbuhkan kepercayaan. Sedangkan prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir. Serta prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Circle K dijadikan pilihan pertama berbelanja.

Seluruh Minimarket

Prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Kualitas Layanan adalah indikator interaksi pribadi seperti karyawan kurang tanggap dan ketertampilan karyawan yang kurang menumbuhkan kepercayaan. Sedangkan prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Lokasi adalah indikator tempat parkir seperti tempat parkir yang kurang memadai dan keamanan tempat parkir. Serta prioritas untuk ditingkatkan pada variabel Loyalitas Pelanggan adalah indikator kekebalan seperti memberikan penawaran menarik agar pelanggan berbelanja secara rutin, tidak terlalu memerdulikan harga dan Seluruh Minimarket Alfamart, Indomart, Yomart dan Circle K tidak akan dijadikan pilihan pertama berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Dezil, Mega, dkk. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Kodya I Padang Panjang. *Jurnal*.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Cetakan Kesatu. Bandung: ALFABETA.

- Griffin, Jill. 2005. Customer Loyalty. Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Edisi Revisi dan Terbaru. Penerjemah Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. Manajemen Operasi. Edisi 9 Buku 1. Penerjemah Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyati, Ratih. 2010. Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Cetakan Ketiga. Bandung: ALFABETA.
- Rombe, Elimawati. 2009. Loyalitas Pelanggan dan Variabel yang Memengaruhinya. Bandung: Unpad Press.
- Nguyen, Hau Le dan Nguyen Dang Duy Nhat. 2007. Determinants of Retail Service Quality-A Study of Supermarkets In Vietnam. University of Technology, VNU-HCM. Science and Technology Development Volume 10 Nomor 8.
- Tjiptono, Fandy. 2006. Manajemen Jasa. Edisi IV. Yogyakarta: ANDI.
- _____ dan Gregorius Chandra. 2005. Service Quality and Satisfaction. Yogyakarta: ANDI.
- Sigit. 2016. Potensi Bisnis Minimarket 2016. 26 Maret 2016. www.minimarketra.com/blog/potensi-bisnis-minimarket.

Menurunkan Intense Turnover Melalui Keadilan Organisasi dan Kepuasan Kerja

P. Pulung Puryana

Dosen STIE STEMBI – Bandung Business School

Priyono

Peneliti Junior STIE STEMBI – Bandung Business School

Abstrak

Perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang melakukan bisnisnya dengan tidak meninggalkan sumber daya manusia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruhantara keadilan organisasi dan kepuasan kerja terhadap intensi turnover karyawan CV IKT. Hal ini sangat diperlukan dan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga manajemen harus mampu menekan angka intensi turnover..

Analisa dari penelitian ini berdasarkan teori adalah keadilan organisasi memiliki efekpositif terhadap kepuasan kerja, semakin tinggi keadilan organisasi yang dirasakan karyawan maka semakin tinggi pula kepuasan kerja. Dan keadilan organisasi memiliki efek negatif terhadap intensi turnover, jadi apabila karyawan merasakan tingginya keadilan organisasi maka akan menurunkan intensi turnover. Sedangkan kepuasan kerja memiliki efek negatif terhadap intensi turnover, artinya apabila karyawan merasakan kepuasan kerja maka intensi turnover akan turun.

Populasi yang digunakan dalam penelitian inadalah para tenaga kerja atau karyawan CV IKT sejumlah 41 orang Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis) Hasil penelitian mendapatkan bahwa persamaan yang terbentuk $Y = - 0.280X1 + - 0.130X2 + 0,880 \epsilon$. dengan semua variabel independen yaitu Keadilan organisasi dan Kepuasan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan baik secara simutamaupun parsial

Keywords: Keadilan Organisasi, Kepuasan Kerja, and Intensi Turnover

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan aset utama suatu organisasi yang menjadi perencana dan pelaku aktif dari setiap aktivitas organisasi. Mereka mempunyai pikiran, perasaan, keinginan, status, dan latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin, yang heterogen yang dibawa kedalam suatu organisasi sehingga tidak seperti mesin, uang, dan material yang sifatnya pasif dan dapat dikuasai serta diatur sepenuhnya dalam mendukung tercapainya tujuan organisasi. (Sedarmayanti, 2009:15).

Perusahaan mesti survive, bagaimana pun caranya. Terutama saat situasi perekonomian nasional maupun global tengah bergejolak. Untuk itulah cara pengelolaan sumber daya manusia juga memegang peranan penting. Sejumlah strategi digelar untuk meningkatkan efisiensi sembari berharap target pendapatan dan laba tak melenceng jauh (SWA.CO.ID, 30 September 2015).

Sekalipun sebuah organisasi berkomitmen penuh untuk membuat lingkungannya tempat yang bagus untuk bekerja, para karyawan akan tetap mengundurkan diri. Beberapa karyawan tidak melihat

adanya peluang promosi, atau setidaknya tidak cukup banyak, dan oleh karena itu akan pindah. Perputaran dalam jumlah tertentu merupakan hal yang baik bagi suatu organisasi dan sering kali diperlukan untuk menyediakan kesempatan bagi para karyawan dalam memenuhi tujuan kariernya. Namun, ketika perputaran menjadi berlebihan, perusahaan harus melakukan sesuatu untuk mengurangnya. Para karyawan yang paling berkualifikasi sering kali adalah mereka yang mengundurkan diri karena mereka lebih leluasa bergerak. Di sisi lain, para karyawan yang berkualifikasi marjinal tampaknya tidak akan meninggalkan perusahaan. Jika terdapat jumlah yang berlebih dari para karyawan yang berkualifikasi tinggi dan kompeten meninggalkan perusahaan, perusahaan harus mencari cara untuk membalik kecenderungan tersebut (**Mondy, 2008:178**).

Ahli Human Resources (HR) mengatakan bahwa dengan berfokus pada karyawan, perusahaan dapat menghemat biaya tinggi dalam bidang perekrutan. Tingkat turnover karyawan cenderung tinggi dalam organisasi yang tidak menginvestasikan waktu dan uang untuk meningkatkan keterlibatan, kepuasan dan loyalitas karyawan.

Ketika organisasi tidak menginvestasikan waktu dan uang untuk secara aktif melibatkan karyawan, mereka harus berinvestasi lebih banyak waktu dan uang untuk restrukturisasi, perekrutan dan pelatihan karyawan," Annalinde Nickisch, konsultan HR di The Thought Factory, mengatakan kepada Gulf News. (DREAM.CO.ID, 13 Mei 2015)

Tingkat *turnover* yang tinggi akan menimbulkan dampak negatif bagi organisasi, hal ini seperti menciptakan ketidakpastian terhadap kondisi tenaga kerja dan peningkatan biaya sumber daya manusia yakni berupa biaya pelatihan yang sudah diinvestasikan pada karyawan sampai biaya rekrutmen dan pelatihan kembali. *Turnover* yang tinggi juga mengakibatkan organisasi tidak efektif karena perusahaan kehilangan karyawan

yang berpengalaman dan perlu melatih kembali karyawan baru. *Turnover* dapat berakibat fatal bagi organisasi karena mengalami kekurangan tenaga ahli pada pasar tenaga kerja dan menyebabkan biaya pendidikan yang tinggi bagi karyawan pemula (**Igbaria dan Greenhause,1992**) dalam Setyanto (2013).

Pemberdayaan dan pengelolaan karyawan melalui kondisi lingkungan kerja yang kondusif, komunikasi yang baik, imbalan kerja yang sesuai serta sikap dan perilaku atasan yang akan memunculkan kepuasan kerja bagi karyawan sehingga dapat menumbuhkan sikap loyal terhadap perusahaan dan pada akhirnya akan berdampak kepada kualitas layanan yang akan diberikan oleh karyawan (**Hella, 2011**) dalam Puspitawati (2014).

Studi-studi menyarankan bahwa para manajer memang termotivasi untuk membantu perkembangan persepsi keadilan dari para pekerja karena mereka berharap untuk memastikan kesesuaian, mempertahankan identitas yang positif, dan menciptakan keadilan ditempat kerja. Untuk mendorong persepsi

keadilan mereka akan menyadari bahwa para pekerja terutama sensitif dengan ketidakadilan dalam prosedur ketika berita yang buruk harus dikomunikasikan (yaitu, ketika distributif keadilan rendah). Dengan demikian, terutama penting untuk membagikan informasi secara terbuka mengenai bagaimana alokasi keputusan dibuat, mengikuti prosedur secara konsisten dan tidak bias, serta terlibat dalam praktik yang sama untuk meningkatkan persepsi atas keadilan prosedural (**Robbins dan Judge, 2015:147**).

Menurut (**Luthans, 2006:294**) secara keseluruhan, dengan teori ekuitas sebagai dasar, berbagai dimensi keadilan organisasi memainkan peran penting dalam banyak dinamika dan hasil perilaku organisasi. Keadilan organisasi dapat membantu menjelaskan mengapa karyawan membalas dendam dengan hasil yang tidak pantas dan proses yang tidak tepat. Misalnya, pembalasan dalam bentuk

mencuri, sabotase, memalsukan kartu absen, dan bahkan pelanggaran pada perusahaan dapat diperjelas dengan menggunakan prinsip keadilan organisasi. Pada posisi positif, selain semua penemuan yang disimpulkan diatas, studi dari karyawan bukan hanya memengaruhi sikap dan kinerja secara positif, tetapi juga memengaruhi perilaku perlakuan adil pada pelanggan sehingga pelanggan bereaksi positif pada karyawan dan organisasi. Dengan kata lain, keadilan organisasi memberikan gaji bukan hanya untuk karyawan, tetapi juga untuk pelanggan dan hasil akhir.

Salah satu sikap karyawan yang banyak menjadi bahan penelitian dihubungkan dengan keadilan organisasional adalah kepuasan kerja. Dalam dunia yang kompetitif, tantangan terbesar yang dihadapi oleh perusahaan adalah bagaimana mempertahankan karyawan yang kompeten. Kepuasan kerja diperlukan untuk menghasilkan perilaku karyawan yang fungsional di perusahaan. Bagi perusahaan, kepuasan kerja karyawannya berarti mereka termotivasi dan berkomitmen untuk mencapai kinerja yang tinggi.

Berdasarkan hasil jajak pendapat Gallup, yang solopos.com kutip dari Careerealism. Hanya sekitar 13% dari karyawan di seluruh dunia yang merasa benar-benar merasa terlibat dalam pekerjaannya. Perlu Anda sadari uang bukan satu-satunya parameter seseorang merasa puas dengan pekerjaannya. Profesor Kerja dan Organisasi Psikologi di Erasmus University Rotterdam, Arnold B. Bakker mengemukakan pendapatnya bahwa keterlibatan kerja dapat berefek positif pada kepuasan sumber daya pekerja. Inti pekerjaan antara lain peluang untuk membangun dan tumbuh. Perlu dukungan sosial pelbagai keterampilan dan umpan balik kinerjanya. Itu merupakan faktor yang paling penting dari rasa kepuasan bekerja keterlibatan kerja karyawan “ Kata Bakker. (SOLOPOS.COM, 21 September 2015)

Salah satu faktor penyebab timbulnya keinginan pindah kerja adalah

ketidakpuasan pada tempat bekerja sekarang. Sebab-sebab ketidakpuasan itu dapat beraneka ragam seperti penghasilan yang masih rendah atau dirasakan belum memadai, kondisi lingkungan kerja yang belum memuaskan, hubungan antar karyawan yang belum serasi, baik dengan pimpinan perusahaan maupun dengan para karyawan selevel, pekerjaan yang tidak sesuai dengan keahliannya dan berbagai faktor lainnya.

Beberapa faktor yang dapat membentuk kepuasan kerja karyawan antara lain : faktor individual (umur, jenis kelamin, sikap pribadi terhadap pekerjaan), faktor hubungan antar karyawan (hubungan antar manajer dan karyawan, hubungan sosial antara sesama karyawan, sugesti dari teman sekerja, faktor fisik dan kondisi tempat kerja, emosi dan situasi kerja) faktor eksternal (keadaan keluarga, rekreasi, pendidikan). Faktor tersebut memberikan motivasi agar kepuasan kerja tercapai bagi karyawan. Dan yang berkewajiban memenuhi tercapainya kepuasan kerja tersebut adalah setiap pimpinan perusahaan, karena kepuasan kerja merupakan faktor yang diyakini dapat memotivasi semangat kerja karyawan agar karyawan dapat memberikan hasil yang terbaik bagi perusahaan.

Selain itu kepuasan kerja juga mempunyai arti penting untuk aktualisasi diri karyawan. Karyawan yang tidak mendapatkan kepuasan kerja tidak akan mencapai kematangan psikologis. Karyawan yang mendapatkan kepuasan kerja yang baik biasanya mempunyai catatan kehadiran, perputaran kerja dan prestasi kerja yang baik dibandingkan dengan karyawan yang tidak mendapatkan kepuasan kerja. Kepuasan kerja memiliki arti yang sangat penting untuk memberikan situasi yang kondusif dilingkungan perusahaan.

Dari sudut pandang masyarakat dari karyawan individu, kepuasan kerja merupakan hasil yang diinginkan. Akan tetapi, dari perspektif keefektifan organisasi dan manajerial yang pragmatis, penting untuk mengetahui bagaimana

kepuasan kerja berhubungan dengan variabel hasil. Misalnya, jika kepuasan kerja tinggi, akankah karyawan berkinerja lebih baik dan organisasi menjadi lebih efektif? Jika kepuasan kerja rendah, apakah akan ada masalah kinerja dan ketidak-efektifan? Pertanyaan tersebut telah diajukan pada peneliti dan praktisi selama bertahun-tahun. Tidak ada jawaban yang sederhana, dan hasilnya berkisar dari yang kuat sampai yang lemah. Dalam membahas hasil kepuasan kerja, penting untuk menganalisis serangkaian hasil yang spesifik (**Luthans, 2006: 246**).

KAJIAN PUSTAKA

Persepsi Keadilan Organisasi

Persepsi adalah sebuah proses individu mengorganisasikan dan meninterpretasikan kesan sensoris untuk memberikan pengertian pada lingkungannya. Apa yang kita nilai bisa jadi berbeda secara substansial dengan realitas objektif. Persepsi penting bagi perilaku organisasi karena perilaku orang-orang didasarkan pada persepsi mereka tentang apa realita yang ada, bukan mengenai realita itu sendiri. Dunia sebagaimana yang dinilai adalah dunia yang penting secara perilaku (**Robbins dan Judge, 2015:103**)

Menurut (**Luthans, 2006:194**) kunci untuk memahami persepsi adalah mengakui bahwa persepsi merupakan interpretasi unik dari suatu situasi, bukan rekaman situasi. Singkatnya, persepsi merupakan proses kognitif kompleks yang mengasikkan gambaran dunia yang unik, yang mungkin agak berbeda dari realita. Diterapkan pada perilaku organisasi, persepsi karyawan dapat dianggap sebagai penyaring (*filter*). Karena persepsi dipelajari secara luas, dan tidak ada seorang pun yang punya pengetahuan dan pengalaman yang sama, maka setiap karyawan yang memiliki filter yang unik dan situasi/rangsangan yang sama bisa jadi menghasilkan reaksi dan perilaku yang sangat berbeda.

Menurut (**Robbins dan Judge, 2015:144-145**) keadilan organisasi

persepsi keseluruhan mengenai apa itu keadilan ditempat kerja, terdiri atas keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan informasional, dan keadilan interpersonal.

Menurut (**Hasibuan, 2012:167**) keadilan merupakan daya penggerak yang memotivasi semangat kerja seseorang. Jadi atasan harus bertindak adil terhadap semua bawahannya. Penilaian dan pengakuan mengenai perilaku bawahan harus dilakukan secara objektif (baik/salah), bukan atas suka/tidak suka (like or dislike). Pemberian kompensasi harus berdasarkan internal kontingensi, demikian pula dalam pemberian hukuman harus didasarkan pada penilaian yang objektif dan adil. Jika dasar keadilan diterapkan dengan baik oleh atasan, gairah kerja bawahan cenderung meningkat.

Teori keadilan adalah teori motivasi yang menyatakan bahwa seseorang menilai kinerja dan sikapnya dengan cara membandingkan kontribusinya pada pekerjaan dan keuntungan yang diperoleh dari kontribusi tersebut dengan kontribusi dan keuntungan orang lain yang sebanding, yang ia pilih serta dalam kenyataannya bisa menyerupai atau tidak menyerupai mereka. Teori tersebut dikembangkan dari teori perbandingan sosial, teori yang menyatakan bahwa orang-orang harus menilai dan mengetahui tingkat kinerja mereka dan ketepatan sikap mereka dalam sebuah situasi. Karena kurangnya ukuran-ukuran objektif untuk menilai kinerja atau sikap yang tepat, orang membandingkan kinerja dan sikap mereka dengan kinerja dan sikap orang lain. Teori keadilan lebih jauh menyatakan bahwa seseorang termotivasi secara proporsional terhadap persepsi keadilan atas imbalan yang diterima untuk sejumlah usaha tertentu dibandingkan dengan apa yang diterima orang lain (**Mondy, 2008:5**).

Menurut (**Robbins dan Judge, 2015:144**) didasarkan pada teori keadilan, para pekerja yang menganggap sebagai ketidakadilan akan melakukan salah satu dari enam pilihan ini:

1. Mengubah *input* (mengerahkan sedikit upaya jika bergaji rendah atau upaya lebih jika bergaji tinggi)
2. Mengubah hasil (para individu dibayar dengan menggunakan dasar hasil kerja dapat meningkatkan gaji mereka dengan memproduksi kuantitas unit yang lebih banyak dengan mutu yang lebih rendah)
3. Mengubah persepsi sendiri (“Saya terbiasa berpikir bahwa saya telah bekerja dengan kecepatan yang sedang, tetapi sekarang saya menyadari bahwa saya telah bekerja lebih keras daripada orang lain.”)
4. Mengubah persepsi orang lain (“Pekerjaan Mike tidak seperti yang yang saya pikirkan.”)
5. Pilihlah pembicara yang berbeda (“Saya tidak memperoleh sebanyak kakak ipar saya tetapi saya melakukan dengan jauh lebih baik daripada yang Ayah saya lakukan ketika dia seumur saya.”)
6. Meninggalkan bidang (keluar dari pekerjaan)

Menurut **(Munandar, 2014:341)** Keadilan dirasakan ada jika orang merasa bahwa perbandingan antara hasil keluarganya dengan masukannya sama dengan perbandingan hasil keluaran orang lain (yang dianggap penting bagi dirinya) dengan masukannya. Sebaliknya kondisi ketidakadilan timbul jika perbandingan antara hasil-keluaran kita dengan masukan kita tidak sama besarnya (lebih besar atau lebih kecil) daripada perbandingan hasil-keluaran orang lain dengan masukannya.

Menurut **(Luthans, 2006:293)** perkembangan teori terbaru menentukan bahwa teori ekuitas dapat diperluas menjadi apa yang disebut keadilan organisasi. Meskipun keadilan organisasi paling banyak diperhatikan, tetapi terdapat bukti penelitian bahwa ada independensi konseptual dan ukuran (yakni validitas konstruksi) untuk dimensi *keadilan distributif*, interpersonal, dan informasional. Teori ekuitas berfungsi sebagai fondasi keadilan pada dimensi-dimensi keadilan. Sebagai contoh, teori ekuitas menjelaskan kondisi di mana hasil akhir keputusan

(tingkat gaji, kenaikan gaji, dan promosi) dianggap adil atau tidak adil. Mereka yang mendukung pemikiran tersebut menyoroti hasil akhir dengan bagaimana hasil tersebut dicapai. Teori ekuitas mendukung persepsi keadilan distributif, yang merupakan evaluasi kognitif individu berkaitan dengan apakah jumlah dan alokasi penghargaan dalam penetapan sosial adil atau tidak. Secara sederhana, keadilan distributif adalah keyakinan bahwa seseorang sebaiknya “mendapatkan apa yang patut didapatkannya.” Etika Judeo-Kristen sebagian didasarkan pada dugaan bahwa penghargaan ilahi ditambahkan kepada mereka yang menjalankan hidup yang baik dan berperilaku secara tepat, sekalipun mereka berada di bumi. Hal ini mencerminkan keadilan distributif dan perspektif ekuitas distributif berhubungan dengan hasil yang diinginkan seperti kepuasan kerja, komitmen organisasi, perilaku anggota organisasi, pergantian karyawan, dan kinerja.

Keadilan prosedural berhubungan dengan keadilan prosedur yang dipakai untuk membuat keputusan. Keadilan prosedur digunakan untuk mencapai hasil. Seperti keadilan distributif, persepsi karyawan terhadap keadilan prosedural ditunjukkan melalui meta-analisis yang dihubungkan dengan semua hasil organisasi yang diinginkan. Dalam meta-analisis lain, keadilan prosedural – daripada keadilan distributif ternyata menjadi alat yang lebih baik untuk memperkirakan kinerja dan keadilan prosedural seperti-nya sangat penting untuk bisa sukses mengimplementasikan perubahan organisasi.

Menurut **(Schuler dan Jackson, 1997:81)** Dari pertengahan 1970an sampai dengan pertengahan 1990an, para ilmuwan sosial dan organisasional mengadakan penelitian yang bertujuan meningkatkan pengertian kita mengenai konsep keadilan (*fairness* dan *justice*). Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manusia tentang keadilan tercermin dalam sedikitnya dua kategori: pada hasil akhir yang

didapatkan dan pada prosedur yang digunakan untuk mencapai hasil akhir. Dua kategori, yang pertama disebut dengan keadilan distributif (*distributive justice*) dan keadilan prosedural (*procedural justice*).

Menurut (Robbins dan Judge 2015: 145) ada empat jenis keadilan yaitu : *Keadilan distributif* memusatkan perhatian pada kewajaran hasil, misalnya gaji dan pengakuan, yang diterima oleh para pekerja. Hasil dapat dialokasikan dalam beberapa cara. Misalnya, kita dapat mendistribusikan kenaikan yang sama diantara para pekerja, atau kita dapat menetapkan dasar pada mereka yang mana pekerja yang sangat memerlukan uang. Namun seperti yang kita bahas mengenai teori keadilan, para pekerja cenderung untuk menganggap hasil mereka paling adil ketika mereka didistribusikan secara adil.

Keadilan prosedural adalah merasakan keadilan dari proses yang digunakan untuk menentukan hasil. Contoh: "saya memiliki input yang dimasukkan kedalam proses yang digunakan untuk memberikan kenaikan dan diberikan suatu penjelasan yang baik mengapa saya menerima kebaikan atas apa yang telah saya lakukan."

Keadilan informasional adalah keadaan dimana pekerja diberikan penjelasan yang jujur dari setiap keputusan. *Keadilan interpersonal* adalah keadaan dimana pekerja diperlakukan dengan rasa hormat dan bermartabat.

Indikator-indikator untuk mengukur *keadilan distributif* menggunakan item pengukuran yang dikembangkan oleh Colquitt (2001) yang disampaikan dalam *Journal of Applied Psychology*, yaitu:

- a. Persamaan; mengukur persamaan imbalan yang diterima mencerminkan usaha yang diberikan dalam pekerjaan.
- b. Kelayakan; mengukur kelayakan imbalan yang diterima sesuai dengan pekerjaan yang diselesaikan.
- c. Kontribusi; mengukur kontribusi imbalan yang diterima mencerminkan kontribusi kepada organisasi.

- d. Kinerja; mengukur tingkat imbalan yang diterima sesuai dengan kinerja yang dihasilkan.

Indikator-indikator untuk mengukur *keadilan prosedural* menggunakan item pengukuran yang dikembangkan oleh Colquitt (2001), yang disampaikan dalam *Journal of Applied Psychology*, yaitu:

- a. Kendali Proses; mengukur pandangan dan perasaan selama perusahaan menerapkan peraturan.
- b. Kendali Keputusan; mengukur pengawasan tingkat penerapan peraturan
- c. Konsistensi; mengukur tingkat konsistensi organisasi dalam penerapan peraturan.
- d. Bebas Prasangka; mengukur tingkat kesamaan dalam menjalankan peraturan.
- e. Akurasi Informasi; mengukur tingkat keakuratan informasi dalam penerapan peraturan di organisasi.
- f. Mampu Koreksi; mengukur kemampuan mengoreksi peraturan yang telah diterapkan.
- g. Etika dan Moral; mengukur tingkat kesesuaian peraturan dengan etika dan moral.

Indikator-indikator untuk mengukur *keadilan informasional* menggunakan pengukuran yang dikembangkan oleh Colquitt (2001), yang disampaikan dalam *Journal of Applied Psychology*, yaitu:

- a. Kejujuran; mengukur tingkat kejujuran menyampaikan informasi organisasi.
- b. Pembeneran; mengukur tingkat kebenaran prosedur dan peraturan secara menyeluruh.
- c. Masuk Akal; mengukur tingkat kesesuaian peraturan dengan logika.
- d. Tepat Waktu; mengukur tingkat ketepatan waktu berkomunikasi atasan.
- e. Spesifik; mengukur spesifik atau kesesuaian komunikasi atasan untuk individu yang membutuhkan khusus.

Indikator-indikator untuk mengukur *keadilan interpersonal* menggunakan pengukuran yang dikembangkan oleh Colquitt (2001), yang disampaikan dalam *Journal of Applied Psychology*, yaitu:

- a. Kesopanan; mengukur tingkat kesopanan atasan dalam berorganisasi.
- b. Bermartabat; mengukur tingkat perilaku atasan yang penuh martabat.
- c. Hormat; mengukur tingkat perlakuan atasan dalam organisasi dengan rasa hormat.
- d. Kepantasan Kata-Kata; mengukur tingkat kepastian dalam berkomunikasi.

Kepuasan Kerja

Menurut (Robbins dan Judge, 2015:46) Kepuasan kerja, yang menjelaskan suatu perasaan positif tentang pekerjaan, yang dihasilkan dari suatu evaluasi pada karakteristik-karakteristiknya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki perasaan yang positif mengenai pekerjaannya, sedangkan seseorang dengan level yang rendah memiliki perasaan negatif.

Pada umumnya, seorang pegawai akan mengalami kepuasan kerja apabila mempunyai kebebasan dalam menentukan pekerjaan yang ingin dilakukannya dengan cara yang diinginkannya. Demikian pula, peran serta dan keterlibatan diri tanpa paksaan, akan meninggalkan motivasi kerja. Kesesuaian antara kebutuhan individual dan kebutuhan organisasi, merupakan faktor yang penting untuk menunjang produktivitas kerja (Sedarmayanti, 2009:71).

Locke memberikan definisi komprehensif dari kepuasan kerja yang meliputi reaksi atau sikap kognitif, afektif, dan evaluatif dan menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah "keadaan emosi yang senang atau emosi positif yang berasal dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja seseorang." Kepuasan kerja adalah hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dinilai penting. Secara umum dalam bidang perilaku organisasi, kepuasan kerja adalah sikap yang paling penting dan sering dipelajari (Luthans, 2006:243) .

Menurut (Luthans, 2006:243) selama bertahun-tahun, lima dimensi pekerjaan telah diidentifikasi untuk

mempresentasikan karakteristik pekerjaan yang paling penting dimana karyawan memiliki respon afektif. Kelima dimensi tersebut adalah :

1. *Pekerjaan itu sendiri*. Dalam hal dimana pekerjaan memberikan tugas yang menarik, kesempatan untuk belajar, dan kesempatan untuk menerima tanggung jawab.
2. *Gaji*. Sejumlah upah yang diterima dan tingkat dimana hal ini bisa dipandang sebagai hal yang dianggap pantas dibandingkan dengan orang lain dalam organisasi.
3. *Kesempatan promosi*. Kesempatan untuk maju dalam organisasi.
4. *Pengawasan*. Kemampuan penyelia untuk memberikan bantuan teknis dan dukungan perilaku.
5. *Rekan kerja*. Tingkat dimana rekan kerja pandai secara teknis dan mendukung secara sosial.

Meskipun sejak dulu kelima dimensi tersebut dirumuskan dan digunakan untuk mengukur kepuasan kerja, meta-analisis terbaru memperkuat validitas konstruksi mereka.

Menurut (Hasibuan, 2012:152) hal yang memotivasi semangat kerja seseorang adalah untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasan baik materil maupun nonmateril yang diperolehnya sebagai imbalan balas jasa dari jasa yang diberikannya kepada perusahaan. Apabila materil dan nonmateril yang diterimanya semakin memuaskan, semangat kerja seseorang akan semakin meningkat. Jadi, pada dasarnya teori ini mengemukakan bahwa seseorang akan bertindak atau semangat bekerja untuk dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhannya (inner needs-nya). Semakin tinggi standar kebutuhan yang diinginkan, semakin giat orang itu bekerja. Contoh : mahasiswa X butuh nilai A, ini mendorongnya untuk belajar lebih giat, dibanding dengan mahasiswa Y yang hanya ingin lulus dengan nilai C saja.

Menurut (Hasibuan, 2012:202) kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini didicerminkan

oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. Kepuasan kerja dinikmati dalam pekerjaan, luar pekerjaan, dan kombinasi dalam dan luar pekerjaan.

Menurut **(Robbins dan Judge, 2015:52)** Empat respons pekerja terhadap ketidakpuasan adalah sebagai berikut:

1. *Keluar*. Respons keluar mengarahkan perilaku untuk meninggalkan organisasi termasuk mencari sebuah posisi yang baru serta pengunduran diri. Para peneliti mempelajari pemberhentian individu dan perputaran pekerja kolektif, kerugian total bagi organisasi atas pengetahuan, keahlian, kemampuan, dan karakteristik lainnya dari pegawai itu.
2. *Suara*. Respons suara termasuk secara aktif dan konstruktif mencoba untuk memperbaiki kondisi, termasuk menyarankan perbaikan. Mendiskusikan masalah dengan atasan, dan mengambil beberapa bentuk aktivitas serikat.
3. *Kesetiaan*. Respons kesetiaan berarti secara pasif tetapi optimis menunggu kondisi membaik, termasuk berbicara untuk organisasi saat menghadapi kritikan eksternal dan mempercayai organisasi dan manajemennya untuk melakukan hal yang benar.
4. *Pengabaian*. Respons pengabaian secara pasif membiarkan kondisi-kondisi itu buruk, termasuk absen atau keterlambatan kronis, berkurangnya usaha, dan tingkat kesalahan yang bertambah.

Dua faktor yang menyebabkan timbulnya rasa puas atau tidak puas menurut Herzberg, yaitu faktor pemeliharaan (*maintenance factors*) dan faktor pemotivasian (*motivational factors*). Faktor pemeliharaan disebut pula *dissatisfier*, *hygiene factors*, *job context*, *extrinsic factors* yang meliputi admistrasi dan kebijakan perusahaan, kualitas pengawasan, hubungan kondisi kerja, dan status. Sedangkan faktor pemotivasian disebut pula *satisfier*, *motivators*, *job content*, *intrinsic factors* yang meliputi dorongan berprestasi, pengenalan, kemajuan (*advancement*),

work it self, kesempatan berkembang, dan tanggung jawab **(Mangkunegara, 2014 : 67)**.

Intensi Turnover

Menurut **(Hasibuan, 2012: 211)** jika banyak karyawan yang berhenti atas keinginan sendiri, hendaknya manajer mencari penyebab yang sebenarnya dan menginstropeksi agar *turnover* karyawan dapat dicegah. Misalnya, menaikkan balas jasa, berlaku adil, dan menciptakan suasana serta lingkungan pekerjaan yang baik. Karyawan yang berhenti atas permintaan sendiri, uang pesangon hanya diberikan berdasarkan kebijaksanaan perusahaan saja karena tidak ada ketentuan hukum yang mengaturnya.

Respon keluar mengarahkan perilaku untuk meninggalkan organisasi, termasuk mencari sebuah posisi yang baru serta pengunduran diri. Para peneliti mempelajari pemberhentian individu dan perputaran pekerja kolektif, yang membedakan dua dimensi bagi organisasi atas pengetahuan, keahlian, kemampuan, dan karakteristik lainnya dari pegawai itu **(Robbins dan Judge, 2015:52)**.

Menurut **(Hasibuan, 2012:211)** Pemberhentian atas keinginan karyawan sendiri dengan mengajukan permohonan untuk berhenti dari perusahaan tersebut. Permohonan hendaknya disertai alasan-alasan dan saat akan berhentinya, misalnya bulan depan. Hal ini perlu agar perusahaan dapat mencari penggantinya, supaya kegiatan perusahaan jangan sampai mandek. Alasan-alasan pengunduran, antara lain:

1. Pindah ke tempat lain untuk mengurus orang tua,
2. Kesehatan yang kurang baik,
3. Untuk melanjutkan pendidikan, atau
4. Berwiraswasta.

Menurut **(Sedarmayanti, 2014: 314)** Pengajuan PHK dalam bentuk APS (Atas Permintaan Sendiri) sebenarnya boleh, tetapi bila jumlah karyawan yang minta PHK Banyak, maka perusahaan dapat rugi. Hal ini akan terlihat pada :

1. Produktivitas kerja akan merosot, bila tidak berhenti sama sekali.
2. Perusahaan akan kehilangan tenaga potensial yang susah dicari penggantinya.
3. Perusahaan harus mengeluarkan biaya, waktu dan tenaga untuk merekrut tenaga baru.
4. Kurang berfungsinya pengelolaan perusahaan dengan baik.

Beberapa peneliti telah mengemukakan bahwa mempunyai niat untuk keluar adalah prediktor terbaik dari *turnover*. Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Steel dan Ovalle (1984) dalam Arin Dewi (2014) yang dikutip smither (1998:257) menyatakan, “perputaran (*turnover*) merupakan tantangan khusus bagi pengembang sumber daya manusia. Karena kejadian-kejadian tersebut tidak dapat diperkirakan, kegiatan-kegiatan pengembangan harus mempersiapkan setiap saat pengganti karyawan yang keluar.” Di lain pihak, dalam kasus nyata, banyak program pengembangan perusahaan yang sangat baik justru meningkatkan intensi *turnover*.

Menurut Zeffane (2003) dalam Hanafiah (2014) intensi *turnover* adalah kecenderungan atau niat karyawan untuk berhenti bekerja dari pekerjaannya secara sukarela menurut pilihannya sendiri. Kemudian pendapat yang berbeda dikemukakan oleh Ajzen (2005) dalam Hanafiah (2014) menjelaskan bahwa intensi adalah niat individu untuk melakukan suatu perilaku yang pasti, intensi mengarahkan perilaku agar ditampilkan pada waktu dan kesempatan yang tepat. Mobley (2000) dalam Hanafiah (2014) menambahkan bahwa intensi *turnover* adalah penghentian keanggotaan dalam organisasi oleh individu yang berkeinginan untuk pindah kerja dengan menerima upah moneter dan organisasi. Kemudian Booth & Hamer (2007) dalam Hanafiah (2014) mengartikan *turnover intention* merupakan dampak terburuk dari ketidakmampuan suatu organisasi dalam mengelola perilaku individu sehingga individu merasa memiliki

intensi pindah kerja yang tinggi. Menurut Mobley (2000) dalam Hanafiah (2014), ada banyak faktor yang membuat individu memiliki keinginan untuk berpindah. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah kepuasan kerja, komitmen organisasi dari karyawan, kepercayaan terhadap organisasi, dan *job insecurity*.

Menurut Suwandi dan Indriantoro (2003:3) dalam Arin Dewi (2014), *turnover* dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

1. *Voluntary turnover* yang dapat diartikan sebagai karyawan meninggalkan perusahaan karena alasan sukarela. *Voluntary turnover* dapat dibedakan menjadi dua :
 - a. *Avoidable turnover* (yang dapat dihindari). Hal ini disebabkan oleh upah yang lebih baik ditempat lain, kondisi kerja yang lebih baik diperusahaan lain, masalah dengan kepemimpinan / administrasi yang ada, serta adanya perusahaan lain yang lebih baik.
 - b. *Unavoidable turnover* (yang tidak dapat dihindari). Hal ini disebabkan oleh pindah kerja ke daerah lain karena mengikuti pasangan, perubahan arah karir individu, harus tinggal rumah untuk menjaga pasangan atau anak, dan kehamilan.
2. *Involuntary turnover* dapat diartikan sebagian karyawan meninggalkan perusahaan karena terpaksa. *Involuntary turnover* diakibatkan oleh tindakan pendisiplinan yang dilakukan oleh perusahaan atau lay off.

Indikator-indikator untuk mengukur intensi keluar menggunakan pengukuran yang dikembangkan oleh Shore (1990) dalam *Journal of Organizational Behavior* dari *Michigan Organizational Assesment Questionnaire*, yaitu :

- a. Keinginan mencari pekerjaan lain; mengukur niat karyawan untuk mencari pekerjaan lain dalam waktu dekat.
- b. Keinginan untuk tetap bekerja; mengukur keinginan karyawan untuk tetap bekerja diperusahaan.

- c. Pikiran untuk meninggalkan organisasi; mengukur karyawan yang berpikir untuk berhenti bekerja dari perusahaan.

Hipotesis Penelitian

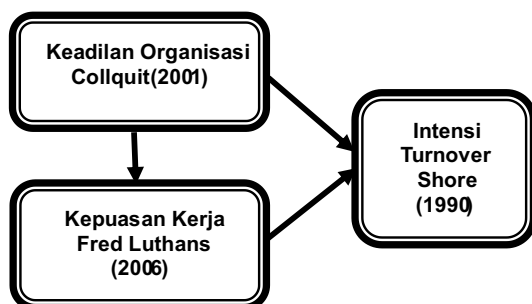
Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dan kerangka pemikiran, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Gambaran keadilan organisasi menurut karyawan belum terlaksana adil atau rendah, kepuasan kerja juga masih rendah tapi intensi *turnover* karyawan di CV IKT tinggi.
2. Jika terdapat pengaruh keadilan organisasi menurut persepsi karyawan dan kepuasan kerja tinggi secara simultan dan signifikan, maka intensi *turnover* karyawan di CV IKT akan rendah.
3. Jika terdapat pengaruh keadilan organisasi menurut persepsi karyawan dan kepuasan kerja secara langsung tinggi, maka intensi *turnover* karyawan di CV IKT akan rendah.

Jika terdapat pengaruh keadilan organisasi menurut persepsi karyawan dan kepuasan kerja secara tidak langsung tinggi, maka intensi *turnover* karyawan di CV IKT akan rendah.

Paradigma Penelitian

Kerangka penelitian dari penelitian ini adalah:



Gambar 1 Paradigma Penelitian
sumber : Paradigma Peneliti

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di CV Indo Karya Teknik, perusahaan ini bergerak dalam bidang *machinery* dan *spare parts* industri. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah karyawan CV IKT sendiri. Dalam penelitian Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisa jalur (*Path Analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil objek CV. Indo Karya Teknik di Kabupaten Bandung yang berdiri dan mulai beroperasi pada tanggal 10 Agustus 2001, di bangun atas sebuah komitmen antara tenaga-tenaga profesional yang handal dan menguasai bidangnya serta berpengalaman lebih dari 14 (empat belas) tahun dalam bidang *machinery and spare part* industri, mulai dari industri makanan, industri minuman, industri textile , industri farmasi, industri pertambangan, industri minyak, dan industri kertas. Jumlah responden dalam penelitian ini 41 Orang.

Oleh karena itu seluruh variabel dengan data ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data interval melalui *Method of Successive Interval (MSI)* atau metode interval berurutan

Validitas

Pengujian validitas ini digunakan untuk mengetahui apakah pertanyaan pada kuesioner layak atau tidak untuk diikutsertakan dalam analisis regresi. Jika pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, maka pertanyaan tersebut layak untuk diikutsertakan dalam analisis. Dalam penelitian ini penghitungan validitas menggunakan bantuan *software SPSS 16 for windows* Adapun nilai validitas adalah semua item dari setiap variabel dinyatakan valid.

Reliabilitas

Uji reliabilitas (uji keandalan) dalam penelitian ini menggunakan *metode belah*

dua (*Split – Half Method*) yaitu membagi item – item yang valid tersebut menjadi dua kelompok, pernyataan nomor ganjil masuk kedalam kelompok pertama dan pernyataan nomor genap masuk ke kelompok kedua. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian realibilitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS 16 for windows*. Adapun hasil dari perhitungan reliabilitas penelitian ini adalah semua variabel dinyatakan reliabel.

Pembahasan Hasil

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Adapun dalam proses analisisnya menggunakan bantuan *software Lisrel 8.80 for Windows*. Persamaan yang diperoleh dari proses analisis adalah sebagai berikut :

1. Koefisien Keadilan Organisasi (X_1) adalah 0.280, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Keadilan Organisasi sebesar satu satuan nilai maka akan menurunkan Intensi *Turnover* sebesar 0.280 satuan nilai atau 28,0% dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
2. Koefisien Kepuasan Kerja (X_2) adalah 0.130, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Kepuasan Kerja sebesar satu satuan nilai maka akan menurunkan Intensi *Turnover* sebesar 0.130 satuan nilai atau 13,0% dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
3. Nilai error dari hasil penelitian tersebut diatas yaitu 0,880 memperlihatkan besarnya faktor lain diluar keadilan organisasi dan kepuasan kerja terhadap intensi *turnover* yaitu sebesar 88,0%. Sementara itu nilai R^2 atau koefisien determinasi multiple sebesar 0,12 memperlihatkan besarnya pengaruh keadilan organisasi dan kepuasan kerja secara simultan terhadap intensi *turnover* sebesar 12,0%.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada karyawan CV Indo Karya Teknik di Kab. Bandung dengan jumlah responden sebanyak 41 orang yang dijadikan sampel penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut;

1. Beberapa tingkat kategori yang dimiliki oleh karyawan CV Indo Karya Teknik diantaranya :
 - a. Keadilan Organisasi berada pada tingkat kategori “tinggi”
 - b. Kepuasan Kerja berada pada tingkat kategori “tinggi”
 - c. Intensi *Turnover* berada pada tingkat kategori “rendah”
2. Terdapat pengaruh keadilan organisasi menurut persepsi karyawan dan kepuasan kerja yang tinggi secara simultan dan signifikan, maka intensi *turnover* karyawan di CV IKT rendah.
- 3a. Tidak Terdapat pengaruh keadilan organisasi menurut persepsi karyawan dan kepuasan kerja secara langsung, Walaupun dirasakan keadilan organisasi dan kepuasan kerja tercapai tetapi intensi *turnover* karyawan di CV IKT tetap dapat terjadi dari faktor yang lain.
- 3b. Tidak Terdapat pengaruh keadilan organisasi menurut persepsi karyawan dan kepuasan kerja secara tidak langsung, Walaupun dirasakan keadilan organisasi dan kepuasan kerja tercapai tetapi intensi *turnover* karyawan di CV IKT tetap dapat terjadi dari faktor yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, I Komang., Mujiati, Ni Wayan., Utama, I Wayan Mudiarta. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Collquitt, J.A., Wesson, Michael J., Porter, Christopher O.L.H., Conlon, Donald E., and Yee Ng, K. 2001. *Justice at the millenium. A Meta-Analitic Review of 25 years of Organizational Justice*

Research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), PP:425-445.

Collquitt, J.A. 2001. On the Dimensionality of Organizational Justice : A Construct Validation of a Measure. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), PP:386-400.

Hasibuan, Malayu S.P. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Hanafiah, Muhammad.2014. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Ketidakamanan Kerja (Job Insecurity) Dengan Intensi Pindah Kerja (Turnover) Pada Karyawan PT BUMA.ejournal Psikologi,303-312.Fisip-Unmul.

Iqbal Hasan. (2003). Pokok-pokok Materi Statistika 1 (Statistik Deskriptif).Edisi

2. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.

Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta. Penerbit Andi. Edisi 10

Mangkunegara, AA Prabu.2014. *Evaluasi Kinerja SDM*.Bandung. PT Refika Aditama

Munandar, A.S. 2014. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta : UI-PRESS.

Mobley, W. H.1986. *Pergantian Karyawan: Sebab, Akibat dan Pengendaliannya*. Terjemahan. Jakarta.Pustaka Binaman Pressindo.

Mondy, R Wayne. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Penerbit Erlangga. Jilid 2 - Edisi 10.

Ni Made, D.P., I Gede Riana.2014.Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Dan Kualitas Layanan.Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.8 No.1.

Pura, AA Wisnu Yogeswara, Made Surya Putra.Pengaruh Keadilan Organisasi Pada Kepuasan Kerja Dan Turnover Intention Karyawan BPR di Kabupaten Tabanan.Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud). Bali.

Putrianti, A.D, Djamhur Hamid, M. Djudi Mukzam. Pengaruh Kompensasi

dan Motivasi Kerja Terhadap Turnover Intention Pada Karyawan PT TIKI Jalur Ekakurir Pusat Malang. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*. Malang.

Riduwan, Kuncoro E.A.2014.Cara Menggunakan Dan Memakai Path Analysis.Bandung. Alfabeta.

Robbins, S.P. 1998. *Organizational Behavior. Concepts, Controversies, And Application*. Eight Edition. Engelwood Cliffs. Prentice-Hall.

Robbins, S.P., Timothy A. Judge. 2015. *Perilaku Organisasi*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat. Edisi 16.

Schuler, Randall S. and Jackson, Susan E. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Menghadapi Abad ke-21*. Jakarta. Erlangga.

Sedarmayanti.2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung : CV Mandar Maju.

Sedarmayanti.2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung : PT. Refika Aditama

Setyanto, Adhi, Suharmomo, Sugiono.2013. Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja dan Iklim Organisasi terhadap Keinginan Keluar (Intention to Quit) Dengan Komitmen Organisasional Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.Semarang

Shore, L.M., & Shore, T. H. (1990). Perceived organizational support and organizationaljustice. *Journal of Applied Psychology*

Stevani, Wongan.2014.Pengaruh Keadilan Organisasional dan Komunikasi terhadap Turnover dengan Employee Engagement sebagai Intervening Variable.Jurnal GEMA AKTUALITA, Vol.3 No.1

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung. CV Alfabeta.

Suminar, Handi S., Fendy Suhariadi. Pengaruh Persepsi Karyawan tentang Keadilan Organisasi terhadap Intensi Turnover di PT. ENG Gresik. Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.

Batam Pos. (2015). "Karyawan Versus Organisasi". <http://batampos.co.id/20-08-2015/karyawan-versus-organisasi/>. (diakses 02 November 2015).

Dream. (2015). "Memanjakan Karyawan Lebih Murah Ketimbang Rekrut Baru". [http://www.dream.co.id/dinar/memanjakan-karyawan-lebih-murah-dari-rekrut-](http://www.dream.co.id/dinar/memanjakan-karyawan-lebih-murah-dari-rekrut-karyawan-baru-)

150513f.html. (diakses 04 November 2015).

Tempo. (2015). "5 Tren Remunerasi Perusahaan Terkemuka, Apa Saja?". <http://gaya.tempo.co/read/news/2015/09/30/215705327/5-tren-remunerasi-perusahaan-terkemuka-apa-saja>. (diakses 03 November 2015).

Solopos. (2015). "Tiga Cara Meningkatkan Kepuasan Kerja". [http://www.solopos.com/2015/09/21/ips-karier-3-cara-tingkatkan-kepuasan-bekerja-644472](http://www.solopos.com/2015/09/21/tips-karier-3-cara-tingkatkan-kepuasan-bekerja-644472). (diakses 05 November 2015).

KETENTUAN PENULISAN ARTIKEL

Penulisan artikel yang dikirim ke redaksi SMART harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Tulisan adalah hasil karya asli penulis yang belum pernah dipublikasikan pada media lain.

2. Sistematika penulisan

- a. Abstrak, bagian ini memuat ringkasan penelitian, yang meliputi : masalah penelitian, tujuan, metode, temuan, dan kontribusi hasil penelitian. Abstrak ditulis di awal tulisan yang terdiri dari 100-250 kata. Dapat disajikan dalam bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. Abstrak diikuti dengan kata kunci (*keyword*) sesuai dengan variabel penelitian untuk memudahkan penyusunan indeks artikel (ditulis dalam bentuk *italic* dengan ukuran 10)
- b. Pendahuluan, memaparkan latar belakang, dan tujuan penelitian.
- c. Tinjauan Pustaka, menguraikan kajian pustaka berdasarkan telaah literatur yang menjadi landasan logis untuk mengembangkan kerangka pemikiran dan hipotesis dan model penelitian.
- d. Metode penelitian, menguraikan objek yang diteliti dan metode penelitian yang memuat desain penelitian, unit analisis, teknik pengumpulan data, teknik penarikan sampel, dan pengujian hipotesis.
- e. Hasil penelitian dan pembahasan, memaparkan hasil penelitian dan pembahasan dari hasil analisis yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian.
- f. Kesimpulan dan saran, menguraikan kesimpulan penelitian dan saran yang berisi solusi dari temuan, kelemahan, dan keterbatasan penelitian.

3. Format Penulisan

- a. Tulisan diketik dengan jarak baris satu spasi pada kertas berukuran B5 (18,2 cm x 25,7 cm) dengan margin atas dan bawah 2 cm, margin kiri dan kanan 1,5 cm. Tulisan diketik dengan huruf Cambria.
- b. Kutipan langsung yang panjangnya (lebih dari tiga baris) diketik dengan jarak satu baris dengan *indented style* (bentuk berinden). Kutipan bahasa asing ditulis dengan *italic style* (bentuk miring).
- c. Angka, lafalkan angka dari satu sampai dengan sepuluh, kecuali jika digunakan dalam tabel atau daftar dan ketika digunakan dalam unit atau kuantitas matematis, statistik, keilmuan atau teknis seperti jarak, bobot, dan ukuran. Misalnya *dua hari, 8 centimeter, 45 tahun*. Semua angka lainnya disajikan secara numerik. Umumnya kalau dalam perkiraan, angka dilafalkan; Misalnya : *kira-kira sepuluh tahun*.
- d. *Persentase dan Pemecahan Desimal*, untuk penggunaan yang bukan teknis gunakan kata *persen* dan teks; untuk penggunaan teknis gunakan %.
- e. Panjang tulisan tidak lebih dari 10.000 kata (dengan jenis font Cambria ukuran 10) atau maksimal 20 halaman.
- f. Semua halaman termasuk tabel, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman.
- g. Tabel, gambar, instrument penelitian sebaiknya dapat disajikan pada halaman terpisah dari badan tulisan (umumnya di bagian akhir naskah dalam bentuk lampiran). Penulis cukup menyebutkan pada bagian didalam teks, tempat

pencantuman tabel atau gambar.

- h. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul yang sesuai dengan isi tabel atau gambar, dan sumber kutipan.
- i. Daftar pustaka, memuat, sumber – sumber atau literatur yang dikutip dalam penulisan artikel. Hanya sumber yang diacu yang dimuat di daftar referensi.

4. Dokumentasi

Acuan, karya yang diacu harus menggunakan “sistem penulisan tahun” yang mengacu pada karya pada daftar acuan. Penulis harus berupaya untuk mencantumkan halaman karya yang diacu.

- a. Dalam teks, karya diacu dengan cara berikut : nama akhir/keluarga penulis dan tahun dalam tanda kurung; contoh: (Jogiyanto, 2000), dua penulis (Jogiyanto dan Hartono, 2002), lebih dari dua penulis (Jogiyanto et al., 2002) lebih dari dua sumber diacu bersamaan (Jogiyanto, 2002; Ciptono, 2004), dua tulisan atau lebih oleh satu penulis (Jogiyanto, 2000 : 121).
- b. Kecuali bisa menimbulkan kerancuan, jangan gunakan *H*, “hal”, atau “*halaman*” sebelum nomor halaman tetapi gunakan tanda titik dua; contoh: (Jogiyanto, 1991a) atau (Jogiyanto, 1991a; Hartono 1992b).
- c. Jika nama penulis disebutkan dalam teks, tidak perlu diulang dalam acuan, contoh : “Jogiyanto (1991:121) mengatakan.....”
- d. Acuan ke tulisan yang merupakan karya institusional sedapat mungkin harus menggunakan akronim atau sesingkat sependek mungkin; contoh: (Komite SAK-IAI, PSAK28, 1997).

5. Format Daftar Pustaka

Daftar pustaka ditulis alphabetis sesuai dengan nama akhir/keluarga (tanpa gelar akademik), baik untuk penulis asing maupun penulis Indonesia.

1. Satu pengarang
 - a. Brigham, Eugene F. (1992). *Fundamental of Financial Management*. Sixth edition. Fort Worth: The Dryden Press.
2. Dua pengarang
 - a. Wolk, Harry I. and Tearney, Michael G. (1997). *Accounting Theory: A conceptual and Institutional Approach*. South Western College Publishing: Cincinnati, Ohio.
3. Referensi dari majalah/jurnal
 - a. Swagler, Roger. (1994). “Evolution and Applications of the Term Consumerism: Theme and Variation”. *The Journal of Consumer Affairs*. February : 347-360.
 - b. Williamson, Lousie A. (1997). “The Implications of Electronic Evidence”. *Journal of accountancy*. February : 69-71.
 - c. Baxter W. T. (1996). “Future Events – A Conceptual Study of Their Significance for Recognition and Measurement A Review Article”. *Accounting and Business Research*. Vol. 26, No. 2.
4. Referensi dari institusi
 - a. Ikatan Akuntan Indonesia (1994). “Standar Profesional Akuntan Publik”. Bagian Penerbitan STIE YKPN: Yogyakarta.

5. Referensi dari makalah seminar
 - a. Kadir, Sjamsir (1996). "Mentalitas dan etos kerja sumber daya manusia". *Makalah seminar nasional strategi meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam era globalisasi* : Yogyakarta: 16-17 Januari.
6. Referensi kolektif
 - a. Backhard, Richard (1989). "What is Organization Development?", dalam: *Organization Development: Theory, Prentice and Research*. Wendel L. French, Cecil H. Bell, Jr. and Robert A. Zawacki (ed). Homewood, III: Richard D. Irwin.
7. Referensi Elektronik
 - a. Boon, J. (tanpa bulan). Anthropology of regional. Melalui <http://www.indiana.edu/~wanthro/religion.htm> {10/5/03}.
 - b. Kawasaki, Jodee L., and Matt R. Raveb. 1995. "Computer administreted Surveys in Extension". *Journal of Extension* 33 (june). E-Journal on-line. Melalui <http://www.joe.org/june33/95.htm> {06/17/00}.

thabi'press

Jl. Melong Kaler No. 27 Bandung
Telp. 022-4241257

ISSN 1693-4474

