

CAKRAWALA

JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI

**PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN
PDAM TIRTA BENTENG KOTA TANGERANG**

*Budi Karyanto
Mila Yulianti*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL RESMI
SEPEDA MOTOR HONDA DI PT. WAHANA ARTHA RITELINDO CABANG CIMONE TANGERANG**

*Suhadarliyah
Fauzi Amanda*

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA

*RR. Prima Dita Hapsari
Rendi Gustiawan*

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS SMARTPHONE MEREK SAMSUNG
(STUDI KASUS DI PERUMAHAN TAMAN DADAP INDAH KOSAMBI TIMUR TANGERANG)**

*Santi
Elisabeth Nathalia*



Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi BISMA LEPISI

CAKRAWALA

JURNAL
MANAJEMEN DAN AKUNTANSI
STIE BISMA – LEPISI

Vol. 6 | No. 1 | Juni 2019

ISSN: 2443-3098

Penanggung Jawab : Suhadarliyah, S.E., S.S., M.M.
Ketua Dewan Redaksi : Gono Sutrisno, S.E., M.M.
Anggota : Sutarna, S.E., M.M.
Lindawati Widjaja, S.E., M.M.
Dasa Rahardjo Susanto, S.S., M.M.
Editor Pelaksana : RR. Prima Dita Hapsari, S.E., M.Si.,Ak.
Pelaksana Tata Usaha : Santi, S.E., M.M.
Design dan Lay-Out : Widi Reza Prasetya, S.Kom.

Alamat Penerbit/Redaksi:

STIE BISMA – LEPISI
Jl. KS. Tubun No. 11 Pasar Baru
Tangerang – Banten
Telp. (021) 5589161 – 62
Fax. (021) 5589163
Website: www.lepisi.ac.id
Email: stie@lepisi.ac.id

CAKRAWALA

JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI STIE BISMA - LEPISI

Vol. 6 | No. 1 | Juni 2019

DAFTAR ISI

- PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PDAM TIRTA BENTENG KOTA TANGERANG**
Budi Karyanto
Mila Yulianti 1

- PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL RESMI SEPEDA MOTOR HONDA DI PT. WAHANA ARTHA RITELINDO CABANG CIMONE TANGERANG**
Suhadarliyah
Fauzi Amanda 19

- PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA**
RR. Prima Dita Hapsari
Rendi Gustiawan 32

- PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS SMARTPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS DI PERUMAHAN TAMAN DADAP INDAH KOSAMBI TIMUR TANGERANG)**
Santi
Elisabeth Nathalia 41

PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PDAM TIRTA BENTENG KOTA TANGERANG

BUDI KARYANTO
Dosen Tetap STIE BISMA LEPISI
budhyka@gmail.com

Mila Yulianti
Mahasiswa STIE BISMA LEPISI
milayulianti1@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel motivasi kerja (X1) dan variabel lingkungan kerja (X2) secara parsial bersama-sama terhadap kinerja karyawan PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menganalisis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, alat ukur metode yang digunakan yaitu skala Likert dengan mengambil 35 responden dari populasi yang ada sebagai sampel penelitian. Untuk uji regresi penelitian menggunakan analisis statistik dengan program SPSS versi 25. Dari hasil penelitian diketahui persamaan regresi linear berganda $Y = 22,803 + 0,219X_1 + 0,135X_2$. Secara parsial variabel motivasi kerja (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan sebesar 21,9% dan secara parsial variabel lingkungan kerja (X2) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan sebesar 13,5%, dengan nilai sig.0,000. Secara bersama-sama hanya satu variabel motivasi kerja yang mempengaruhi variabel kinerja karyawan (Y) dilihat dari signifikan F sebesar 0,001.

Kata Kunci: Motivasi, Lingkungan Kerja, Dan Kinerja Karyawan.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia yang tangguh merupakan kebutuhan mutlak yang tidak dapat di hindari dalam menghadapi persaingan saat ini. Perusahaan akan mengalami bentuk persaingan yang semakin kompleks dengan variasi yang mungkin belum pernah di alami sebelumnya, sehingga perusahaan membutuhkan orang-orang yang tangguh yang sanggup beradaptasi dengan cepat untuk setiap perubahan yang terjadi. Serta sanggup bekerja dengan cara-cara baru dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

Di era yang di liputi oleh persaingan yang semakin ketat bukan hanya produksi dan pemasaran yang merupakan hal terpenting bagi satu perusahaan, akan tetapi sumber daya manusia juga merupakan suatu hal terpenting yang harus di perhatikan oleh setiap perusahaan. Sumber daya manusia berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan

perusahaan karena manusia menjadi perencanaan, pelaku dan penentu terwujudnya tujuan perusahaan. Tujuan tidak akan terwujud tanpa peran aktif karyawan meskipun alat-alat yang di miliki perusahaan begitu canggih. Alat-alat canggih yang di miliki perusahaan tidak akan ada manfaatnya bagi perusahaan jika peran aktif karyawan perusahaan tidak di ikut sertakan. Setiap perusahaan yang memiliki sumber daya manusia dengan kinerja yang baik akan berhasil menguasai dalam pangsa pasar yang di kelolanya. Untuk mampu membawa perusahaan dalam memasuki lingkungan bisnis, manajer harus bertanggung jawab untuk merencanakan dan memiliki kompetensi untuk melakukan perubahan sesuai dengan yang di harapkan. Kesuksesan suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia yang dimiliki sangat menentukan keberhasilan pencapaian

tujuan perusahaan. Setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawannya dengan harapan apa yang menjadi tujuan perusahaan akan tercapai.

Motivasi menjadi penting karena dengan adanya motivasi setiap karyawan akan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai kinerja yang lebih tinggi. Motivasi seseorang dipengaruhi dan dirangsang oleh keinginan pemenuhan kebutuhan, rangsangan timbul dari dalam dan luar hal ini akan menciptakan dorongan pada seseorang untuk melakukan aktivitas. Jadi motivasi mempersoalkan bagaimana cara pemimpin mengarahkan daya dan potensial bawahan agar mau bekerja sama secara produktif untuk berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Dengan pemahaman akan tugas-tugas yang dilakukan dan pemahaman karakteristik bawahannya, maka seorang pemimpin akan dapat memberikan bimbingan, dorongan serta motivasi kepada seluruh karyawan untuk mencapai tujuan. Selain motivasi kondisi lingkungan kerja juga dapat mempengaruhi terhadap kinerja karyawan. Kondisi lingkungan kerja merupakan sumber daya yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan. Lingkungan kerja yaitu semua keadaan yang terdapat di sekitar tempat kerja, yang mempengaruhi karyawan baik secara langsung atau tidak langsung. Lingkungan kerja yang dapat mempengaruhi kondisi pekerja yaitu temperatur, sirkulasi udara, kelembaban, kebisingan, dan aroma tidak sedap. Suatu kondisi lingkungan kerja dinyatakan baik atau sesuai apabila manusia dapat melaksanakan kegiatannya secara optimal, sehat dan nyaman. Lingkungan kerja yang nyaman dan aman bagi karyawan akan meningkatkan kinerja dan sebaliknya apabila lingkungan kinerja yang tidak nyaman dan aman bagi karyawan untuk melakukan pekerjaan akan menurunkan kinerja karyawan. Lingkungan kerja yang tidak kondusif dan motivasi karyawan yang rendah dapat mengakibatkan rendahnya kinerja

karyawan yang ada dalam perusahaan. Faktor internal dan eksternal yang dapat menjadikan karyawan mencapai kepuasan dalam bekerja sehingga dapat meningkatkan kinerja yang berarti bagi perusahaan.

Manajemen kinerja adalah manajemen tentang menciptakan hubungan dan memastikan komunikasi yang efektif. Manajemen kinerja akan memfokuskan pada apa yang diperlukan oleh perusahaan, manajer dan karyawan untuk berhasil. Manajemen kinerja adalah tentang bagaimana kinerja dikelola untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen kinerja memberikan manfaat bukan hanya bagi perusahaan tetapi juga manajer dan individu.

PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang merupakan user dalam pengelolaan air minum di Kota Tangerang. PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang didirikan berdasarkan peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Tangerang nomor 33 tahun 1995 tentang pembentukan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kotamadya Daerah Tingkat II Tangerang. Dan ditetapkan dengan keputusan Wali Kotamadya Kepala Daerah Tingkat II nomor 30 tahun 1995 Tentang Perusahaan dan tata kerja perusahaan Daerah Air Minum Kotamadya Daerah Tingkat II Tangerang.

PDAM Tirta Benteng beralamat di Jalan Komplek. PU Porsida Bendungan Pasar Baru Kelurahan Mekarsari Kecamatan Neglasari Kota Tangerang Provinsi Banten. Pada dasarnya sudah ada motivasi kerja dan lingkungan kerja yang baik pada PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang tetapi masih harus ditingkatkan lagi untuk menghasilkan kinerja karyawan yang memang saat ini belum dapat diwujudkan dengan baik. Hal ini terlihat dari absensi kehadiran karyawan yang di nilai masih kurang baik yang mengakibatkan terganggunya kinerja karyawan pada pelayanan masyarakat. Berikut ini data absensi karyawan di PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang periode 15 Desember 2018 s/d 20 Januari 2019.

Tabel Rekap absensi priode 15 Desember 2018 s/d 20 Januari 2019

Bulan	Alasan Ketidak Hadiran				Jumlah
	Sakit	Ijin	Tanpa Keterangan	Cuti	
15 Desember s/d 20 Januari 2019	9	5	0	21	35

Sumber: bagian personalia PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang.

Banyak karyawan yang cuti karena memang ada fasilitas cuti per bulan untuk karyawan PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Hal ini menggambarkan standar *profesional* karyawan yang rendah. Maka dari itu perlu evaluasi dan pembinaan kinerja karyawan di perusahaan tersebut sesuai yang di harapkan. Kemampuan dan kreativitas karyawan PDAM

Tirta Benteng Kota Tangerang juga rendah hal ini di sebabkan karena dominannya karyawan yang berusia lanjut. Karyawan yang berusia lanjut cenderung kurang mampu menyelesaikan pekerjaan kurang dengan baik karena memiliki keterbatasan dari sisi tenaga dan kesehatan. Berikut data sample karyawan PDAM Tirta Benteng Tangerang berdasarkan usia.

Tabel data karyawan berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Presentase
29 – 34 tahun	11	31,4%
35 – 40 tahun	18	51,4%
41 – 46 tahun	2	5,7%
47 – 52 tahun	3	8,6%
53 – 56 tahun	1	2,9%
Total	35	100%

Sumber: bagian personalia PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh Motivasi kerja terhadap Kinerja karyawan pada PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang?
2. Seberapa besar pengaruh Lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang?
3. Seberapa besar pengaruh Motivasi kerja dan Lingkungan kerja secara bersama-sama terhadap Kinerja karyawan pada PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang.
2. Untuk menganalisis Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang.
3. Untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang.

LANDASAN TEORI

Pengertian Motivasi Kerja

Seorang ilmuwan perilaku menulis *paper* dengan judul "*a theory of human motivation*". Maslow berteori bahwa kebutuhan seseorang pergerakannya berjenjang jika kebutuhan yang rendah sudah terpenuhi maka ia menginginkan kebutuhan yang lebih tinggi Menurut Abraham Maslow (1943) dalam buku Emron, dan dkk (2017:167). Motivasi adalah keinginan untuk bertindak ada pendapat bahwa motivasi harus di injeksi dari luar, menyatakan motivasi sebagai proses yang menyebabkan intensitas, arah, dan usaha terus menerus individu menuju pencapaian tujuan. Intensitas menunjukkan seberapa keras seseorang berusaha tetapi intensitas tinggi tidak mungkin mengarah pada hasil kinerja yang baik kecuali usaha dilakukan dalam arah yang menguntungkan perusahaan. Karenanya harus di pertimbangkan kualitas usaha maupun intensitasnya. Menurut Robbins (2003) dalam buku Wibowo, (2016:322).

Motivasi merupakan serangkaian proses yang membangkitkan, mengarahkan, dan menjaga perilaku manusia menuju pencapaian tujuan. Membangkitkan berkaitan dengan dorongan atau energi di belakang tindakan.

Motivasi juga berkepentingan dengan pilihan yang di lakukan orang dan arah perilaku mereka. Sedangkan perilaku menjaga atau memelihara berapa lama orang akan terus berusaha untuk mencapai tujuan mereka. Menurut Grenbeg dan Baron (2003:156) dalam buku Wibowo, (2016:322). Motivasi merupakan hasrat di dalam seseorang yang menyebabkan seorang tersebut melakukan tindakan tersebut. Seseorang sering melakukan tindakan untuk melakukan suatu hal mencapai tujuan. Maka motivasi merupakan penggerak yang mengarahkan pada tujuan dan itu jarang muncul dengan sia-sia. Kata butuh, ingin, hasrat penggerak semuanya sama dengan *motive* yaitu asalnya kata motivasi. Pengertian motivasi merupakan hal penting karena kinerja reaksi terhadap kompensasi dan perhatian sumber daya manusia lainnya berhubungan dengan motivasi tersebut. Menurut Robert dan John (2001:89).

Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Menurut Hasibuan 1999 dalam buku Edi Sutrisno (2017:110).

Tujuan Motivasi Kerja.

Tujuan Motivasi Menurut Melayu (2017:146) antara lain sebagai berikut:

- a. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan.
- b. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan.
- c. Mempertahankan kestabilan karyawan perusahaan.
- d. Meningkatkan kedisiplinan karyawan.
- e. Mengefektifkan pengadaan karyawan.
- f. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
- g. Meningkatkan loyalitas, kreativitas dan partisipasi karyawan.
- h. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan.
- i. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas tugasnya.
- j. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Kerja Sadili (2006 hal.186).

- a. Karyawan perlu mengetahui bahwa pihak manajemen mengakui kehadiran mereka.
- b. Menyadari arti penting karyawan bagi perusahaan.
- c. Mampu mengingat nama-nama bawahannya.
- d. Tidak segan menyapa mereka.
- e. Manajer harus loyalitas kepada karyawan.
- f. Mau mendengarkan saran, keluhan dan saling berbagi pengalaman.

Teori Motivasi Kerja

- a. Teori F.W Taylor dengan teori motivasi konvensional dalam buku Edy Sutrisno (2017:122).

Teori motivasi konvensional ini termasuk *content theory*, karena F.W Taylor memfokuskan teorinya pada anggapan

bahwa keinginan untuk pemenuhan kebutuhannya yang menyebabkan orang mau bekerja keras. Dengan teori ini dapat disebutkan bahwa seseorang akan mau berbuat atau tidak berbuat di dorong oleh ada atau tidak adanya imbalan yang akan di peroleh yang bersangkutan. Oleh karena itu seorang pemimpin haruslah berusaha memberikan imbalan berbentuk materi agar bawahannya bersedia diperintah melakukan pekerjaan yang telah di tentukan. Jika besar imbalan ini bertambah maka intensitas pekerjaan pun akan dapat di tingkatkan. Jadi dalam teori ini pemberian imbalan yang memotivasi seseorang untuk melakukan pekerjaan.

b. Teori McClelland Menurut Gibson et.al. (1993) dalam buku Emron (2017).

Mengajukan teori motivasi yang berkaitan erat dengan konsep belajar. Ia berpendapat bahwa banyak kebutuhan yang di peroleh dari kebudayaan. Pada dasarnya motivasi seseorang di tentukan oleh tiga dari kebutuhan yaitu :

1) Kebutuhan Berprestasi (*need for achievement*)

Merupakan kebutuhan untuk mencapai sukses yang di ukur berdasarkan standar kesempurnaan dalam diri seseorang. Kebutuhan ini berhubungan erat dengan pekerjaan dan mengarahkan tingkah laku untuk mencapai prestasi tertentu.

2) Kebutuhan Berafilias (*need for affiliation*)

Merupakan kebutuhan akan kehangatan dan bantuan dalam hubungannya dengan orang lain. Kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain.

3) Kebutuhan Berkuasa (*need for power*)

Kebutuhan untuk menguasai dan mempengaruhi terhadap orang lain. Kebutuhan ini menyebabkan orang yang bersangkutan tidak atau kurang memperdulikan perasaan orang lain. Lebih lanjut di jelaskan dalam kehidupan sehari-hari.

Indikator - Indikator Motivasi Kerja

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator motivasi kerja dari faktor-faktor motivasi menurut Edi Sutrisno (2017:116).

1) Faktor Internal

Faktor internal yang dapat mempengaruhi pemberian motivasi pada seseorang antara lain :

a) Keinginan Untuk Dapat Hidup.

Keinginan untuk dapat hidup merupakan kebutuhan setiap manusia yang dapat hidup di muka bumi ini. Untuk mempertahankan hidup ini orang mau mengerjakan apa saja apakah pekerjaan itu baik atau jelek apakah halal atau haram dan sebagainya. Keinginan untuk dapat hidup meliputi: kebutuhan untuk memperoleh kompensasi yang memadai, Menurut Handoko (1992) dalam buku Edi Sutrisno (2017 hal.183) Yang di maksud kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Kompensasi dapat di berikan dalam berbagai macam bentuk seperti dalam bentuk pemberian uang, pemberian material dan fasilitas dalam bentuk pemberian kesempatan berkarir.

b) Keinginan Untuk Dapat Memiliki.

Keinginan untuk dapat memiliki benda dapat mendorong seseorang untuk melakukan pekerjaan. Hal ini banyak kita alami dalam kehidupan sehari hari bahwa keinginan yang keras untuk dapat memiliki itu dapat mendorong orang untuk mau bekerja.

c) Keinginan Untuk Memperoleh Penghargaan.

Seseorang mau bekerja di sebabkan adanya keinginan untuk di akui di hormati oleh orang lain. Untuk memperoleh status sosial yang lebih tinggi orang mau mengeluarkan uangnya, untuk memperoleh uang itu pun ia harus bekerja keras. Jadi harga diri, nama baik, kehormatan yang

dimiliki itu harus diperankan sendiri, mungkin dengan bekerja keras memperbaiki nasib mencari rezeki sebab status untuk diakui sebagai orang terhormat tidak mungkin di peroleh bila yang bersangkutan termasuk pemalas tidak mau bekerja dan sebagainya.

d) Keinginan Untuk Memperoleh Pengakuan.

Keinginan untuk memperoleh pengakuan itu dapat meliputi hal-hal: adanya penghargaan terhadap prestasi, adanya hubungan kerja yang harmonis dan kompak, pemimpin yang adil dan bijaksana dan perusahaan tempat kerja di haragai masyarakat.

e) Keinginan Untuk Berkuasa.

Keinginan untuk berkuasa akan mendorong seseorang untuk bekerja kadang-kadang keinginan untuk berkuasa ini di penuhi dengan cara-cara tidak terpuji, namun cara-cara yang di lakukannya masih termasuk bekerja juga. Apalagi keinginan untuk berkuasa untuk menjadi pemimpin itu dalam arti positif yaitu ingin dipilih menjadi ketua atau kepala, tentu sebelumnya sipemilih telah melihat dan menyaksikan sendiri bahwa orang itu benar-benar mau bekerja, sehingga ia pantas untuk dijadikan penguasa dalam unit organisasi/kerja.

2) Faktor Eksternal.

Faktor eksternal juga tidak kalah perannya dalam melemahnya motivasi kerja seseorang faktor-faktor eksternal antara lain:

a) Kondisi Lingkungan Kerja.

Lingkungan pekerjaan adalah keseluruhan sarana dan perasarana kerja yang ada di sekitar karyawan kerja yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan. Lingkungan kerja ini meliputi tempat bekerja, fasilitas pekerjaan, kebersihan,

pencahayaan, ketenangan termasuk juga hubungan kerja antara orang-orang ada di tempat tersebut. Lingkungan yang baik dan bersih mendapat cahaya yang cukup bebas dari kebisingan dan gangguan jelas akan memotivasi tersendiri bagi para karyawan dalam melaksanakan pekerjaan dengan baik namun lingkungan kerja yang buruk kotor gelap pengap lembab dan sebagainya akan menimbulkan cepat lelah dan menurunkan kreativitas kerja.

b) Kompensasi Yang Memadai.

Kompensasi merupakan sumber penghasilan utama bagi para karyawan untuk menghidupi diri beserta keluarganya. Kompensasi yang memadai merupakan alat motivasi yang paling ampuh bagi perusahaan untuk mendorong para karyawan bekerja dengan baik. Adapun kompensasi yang kurang memadai akan membuat mereka kurang tertarik untuk bekerja keras dan memungkinkan mereka bekerja tidak tenang dari sini jelaslah bahwa besar kecilnya kompensasi sangat mempengaruhi motivasi kerja para karyawan.

c) Supervisi Yang Baik.

Fungsi supervisi dalam suatu pekerjaan adalah memberikan pengarahan membimbing kerja para karyawan agar dapat melaksanakan kerja dengan baik tanpa membuat kesalahan dengan demikian posisi supervisi sangat dekat dengan para karyawan dan selalu menghadapi para karyawan dalam melaksanakan tugas sehari-hari. Dengan demikian peranan supervisor yang melakukan pekerjaan supervisi amat mempengaruhi motivasi kerja para karyawan.

d) Adanya Jaminan Pekerjaan.

Setiap orang akan mau bekerja mati-matian mengorbankan apa yang ada pada dirinya untuk perusahaan kalo yang bersangkutan merasa ada jaminan karier yang jelas dalam

melakukan pekerjaan hal ini akan dapat terwujud bila perusahaan dapat memberikan jaminan karier untuk masa depan baik jaminan akan adanya promosi jabatan, pangkat maupun jaminan pemberian kesempatan untuk mengembangkan potensi diri sebaliknya orang-orang akan lari meninggalkan perusahaan bila jaminan kurang jelas dan kurang di informasikan kepada mereka.

e) Status Dan Tanggung Jawab.

Status kedudukan dalam jabatan tentu merupakan dambaan setiap karyawan dalam bekerja. Mereka bukan hanya mengharpakan kompensasi semata tetapi pada satu masa mereka juga berharap akan dapat kesempatan menduduki jabatan dalam suatu perusahaan dengan menduduki jabatan orang merasa dirinya akan di percaya di beri tanggung jawab dan wewenang yang besar untuk melakukan kegiatan-kegiatan jadi status dan kedudukan merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan dalam tugas sehari-hari.

f) Peraturan Yang Fleksibel.

Bagi perusahaan besar biasanya sudah ditetapkan sistem dan prosedur kerja yang harus di patuhi oleh seluruh karyawan. Sistem dan prosedur kerja ini dapat kita sebut dengan peraturan yang berlaku dan bersifat mengatur dan melindungi para karyawan. Semua ini merupakan aturan main yang mengatur hubungan kerja antar karyawan dengan perusahaan, termasuk hak dan kewajiban para karyawan, pemberi kompensasi, promosi mutasi dan sebagainya.

Lingkungan Kerja.

Lingkungan merupakan proses penelitian terhadap lingkungan organisasi untuk menentukan kesempatan dan ancaman hasil analisis akan mempengaruhi sumber daya manusia karena setiap organisasi akan masuk pada pasar tenaga kerja yang sama yang

memasok juga perusahaan lain Robert dan John (2001:55). Sebenarnya suatu patokan terhadap efektifnya suatu adalah organisasi kemampuan dari organisasi tersebut untuk bersaing mendapatkan cukup pasokan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan yang di butuhkan. Lingkungan kerja di dalam suatu perusahaan di lakukan oleh semua sumber daya manusia dalam baik unsur organisasi pimpinan maupun pekerja. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi sumber daya manusia dalam menjalankan kinerjanya. Terdapat faktor yang berasal dari dalam diri sumber daya manusia sendiri maupun dari luar. Setiap karyawan mempunyai kemampuan berdasarkan pada pengetahuan dan keterampilan, kompetensi yang sesuai dengan karyawannya, motivasi kerja dan kepuasan kerja. Namun pekerja juga mempunyai keperibadian, sikap dan perilaku yang dapat mempengaruhi kinerjanya Menurut Wibowo (2016:69). Lingkungan kerja adalah lingkungan dimana karyawan melakukan pekerjaannya sehari-hari. Lingkungan kerja yang kondusif memebrikan rasa aman dan memungkinkan para karyawan untuk dapat bekerja optimal. Lingkungan kerja dapat mempengaruhi emosi pegawai. Jika pegawai menyenangi lingkungan kerja dimana dia bekerja maka pegawai tersebut akan betah di tempat kerja untuk melakukan aktivitasnya sehingga waktu kerja digunakan secara efektif dan optimis prestasi kerja karyawan juga tinggi).

Jadi inti dari lingkungan kerja yaitu salah satu faktor penting dalam menciptakan kinerja karyawan, karena lingkungan kerja mempunyai pengaruh langsung terhadap karyawan di dalam menyelesaikan pekerjaan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Suatu kondisi lingkungan kerja di katakan baik apabila karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal, sehat, aman dan nyaman oleh karena itu penentuan dan penciptaan lingkungan kerja yang baik akan sangat menentukan keberhasilan mencapai tujuan perusahaan.

Jenis-Jenis Lingkungan Kerja

Menurut Sedarmayanti (2017:26) menyatakan bahwa lingkungan kerja di bagi dua yaitu:

- a. Lingkungan kerja fisik Lingkungan fisik dalam arti semua keadaan yang terdapat di sekitar tempat kerja, akan mempengaruhi karyawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan fisik dapat dibagi dalam dua kategori yaitu: Lingkungan yang langsung berhubungan dengan karyawan seperti (pusat kerja, kursi, meja dan sebagainya) dan Lingkungan pertama atau lingkungan umum seperti (rumah, kantor, pabrik, sekolah, kota, sistem jalan raya dan sebagainya).
- b. lingkungan perantara dapat juga di sebut lingkungan kerja yang mempengaruhi kondisi manusia, misalnya: temperatur, kelembaban, sirkulasi udara, pencahayaan, kebisingan, getaran mekanisme, bau tidak sedap, warna dan lainnya.

Indikator-Indikator Lingkungan Kerja

Menurut Sedarmayanti (2017:28) indikator yang di gunakan yaitu faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya suatu kondisi lingkungan kerja dikaitkan dengan kemampuan manusia/ karyawan diantaranya adalah:

- a. Penerangan/Cahaya Ditempat Kerja
Cahaya atau penerangan sangat besar manfaatnya bagi karyawan guna untuk mendapatkan keselamatan dan kelancara kerja. Oleh sebab itu perlu di perhatikan adanya penerangan (cahaya) yang terang tetapi tidak menyilaukan. Cahaya yang kurang kurang jelas (kurang cukup) mengakibatkan penglihatan menjadi kurang jelas, sehingga pekerja akan lambat banyak mengalami kesalahan dan pada akhirnya menyebabkan kurang efisien dalam melaksanakan pekerjaan sehingga tujuan perusahaan sulit tercapai. Pada dasarnya cahaya dapat dibedakan menjadi dua yaitu cahaya alami yang berasal dari sinar matahari dan cahaya buatan berupa lampu.
- b. Temperatur Di Tempat Kerja
Dalam keadaan normal tiap anggota tubuh manusia mempunyai temperatur udara yang berbeda. Tubuh manusia selalu

berusaha untuk mempertahankan keadaan normal, dengan suatu sistem tubuh yang sempurna sehingga dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi diluar tubuh. Tetapi kemampuan untuk menyesuaikan diri tersebut ada batasnya yaitu bahwa tubuh manusia masih dapat menyesuaikan dirinya dengan temperatur luar jika perubahan temperatur luar tubuh tidak lebih dari 20% untuk kondisi panas dan 30% untuk kondisi dingin dari keadaan normal tubuh.

- c. Kelembaban Di Tempat Kerja.
Kelembaban adalah banyaknya air yang terkandung dalam udara, biasa dinyatakan dalam presentase. Kelembaban ini berhubungan atau di pengaruhi oleh temperatur udara, dan secara bersama-sama antara temperatur, kelembaban, kecepatan udara bergerak dan radiasi panas dari udara tersebut akan mempengaruhi keadaan tubuh manusia pada saat menerima atau melepaskan panas dari tubuhnya.
- d. Sirkulasi Udara Ditempat Kerja.
Oksigen merupakan gas yang dibutuhkan oleh makhluk hidup untuk menjaga kelangsungan hidup, yaitu untuk proses metabolisme. Udara disekitar di katakan kotor apabila oksigen dalam udara tersebut telah berkurang dan telah bercampur dengan gas atau bau-bau yang berbahaya bagi kesehatan tubuh. Kotornya udara dapat dirasakan dengan sesak napas, dan ini tidak boleh dibiarkan berlangsung terlalu lama karena akan mempengaruhi kesehatan tubuh dan akan mempercepat proses kesalahan.
- e. Kebisingan Di Tempat Kerja.
Salah satu polusi yang cukup menyibukan para pakar untuk mengatasi adalah kebisingan yaitu bunyi yang tidak dikehendaki oleh telinga. Tidak dikehendaki karena terutama dalam jangka panjang bunyi tersebut dapat mengganggu ketenangan bekerja, merusak pendengaran dan menimbulkan kesalahan komunikasi, bahkan menurut penelitian kebisingan yang serius bisa menyebabkan kematian. Karena pekerja membutuhkan konsentrasi maka

- suara bising hendaknya dihindarkan agar pelaksanaan pekerjaan dapat dilakukan dengan efisien sehingga produktivitas kerja meningkat.
- f. **Bau-Bauan Di Tempat Kerja.**
Adanya bau-bauan di sekitar tempat kerja dapat dianggap sebagai pencemaran, karena dapat mengganggu konsentrasi bekerja, dan bau-bau yang terjadi terus-menerus dapat mempengaruhi kepekaan penciuman.
 - g. **Tata warna Di tempat Kerja.**
Menata warna di tempat kerja perlu dipelajari dan direncanakan dengan sebaik baiknya. Pada kenyataannya tata warna tidak dapat di pisahkan dengan penataan dekorasi. Hal ini dapat dimaklumi karena warna mempunyai pengaruh besar terhadap perasaan. Sifat pengaruh warna kadang-kadang menimbulkan rasa senang sedih dan lain-lain, karena dalam sifat warna dapat merangsang perasaan manusia.
 - h. **Dekorasi di tempat kerja**
Dekorasi ada hubungannya dengan tata warna yang baik karena itu dekorasi tidak hanya berkaitan dengan hiasan ruang kerja saja tetapi berkaitan juga dengan cara mengatur tata letak, tata warna, perlengkapan dan lainnya untuk bekerja.
 - i. **Musik Di Tempat Kerja**
Menurut para pakar musik yang nadanya lembut sesuai dengan suasana, waktu, dan tempat dapat mengakibatkan dan merangsang karyawan untuk bekerja. Oleh karena itu lagu-lagu di perlu di pilih selektif untuk diputarkan di tempat kerja. Tidak sesuainya musik yang di perdengarkan di tempat kerja akan mengganggu konsentrasi kerja.
 - j. **Keamanan Di Tempat Kerja.**
Guna menjaga tempat dan kondisi lingkungan kerja tetap dalam keadaan aman maka perlu diperhatikan adanya keamanan dalam bekerja. Oleh karena itu faktor keamanan perlu diwujudkan keberadaannya. Salah satu upaya untuk menjaga keamanan di tempat kerja, dapat memanfaatkan tenaga satuan petugas pengaman (satpam).

Kinerja Karyawan.

Manajemen kinerja adalah suatu sarana untuk mendapatkan hasil lebih baik dari perusahaan, tim dan individu dalam kerangka kerja yang di sepakati dalam perencanaan tujuan sasaran dan standar. Menurut Armstrong dan Murilis (1994) dalam buku Wibowo (2016:9). Manajemen kinerja sebagai sarana untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dari perusahaan, tim dan individu dengan cara memahami dan mengelola kinerja dalam suatu kerangka tujuan, standar dan persyaratan yang di pakai.

Sudah dapat di pastikan hampir semua orang yang bekerja ingin melaksanakan pekerjaannya dengan sebaik mungkin. Bahkan jika perlu memberikan hasil yang lebih baik dari yang telah di ditetapkan. Namun dalam praktiknya terkadang masih terdapat karyawan yang tidak mampu melaksanakan pekerjaan sesuai dengan target yang telah di ditetapkan atau dengan kata lain tidak mampu untuk menghasilkan sesuatu yang telah di ditetapkan. Dari pengertian di atas dalam kinerja terkandung arti bahwa kinerja merupakan hasil kinerja dan perilaku kerja seseorang dalam suatu periode, biasanya 1 tahun. Kemudian kinerja dapat di ukur dari kemampuannya menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang di berikan. Artinya dalam kinerja mengandung unsur standar pencapaian harus di penuhi, sehingga bagi yang mencapai standar yang telah di ditetapkan berarti berkinerja baik atau sebaliknya bagi yang tidak tercapai di kategorikan berkinerja kurang baik. Menurut Kasmir (2016:181).

Manajemen kinerja adalah suatu tentang dari praktik perusahaan yang terikat dalam meningkatkan kinerja dari target orang atau kelompok dengan tujuan akhir memperbaiki kinerja perusahaan. Menurut Denisi (2000) dalam buku Wibowo (2016:9). Kesimpulan manajemen kinerja adalah usaha untuk mencapai kinerja pegawai atau menjadi perusahaan lebih baik dari aktu ke waktu.

Penilaian Kinerja.

Menurut Armstrong (2006:193) “ terkadang diasumsikan bahwa penilaian

kinerja sama dengan manajemen kinerja tetapi ada perbedaan yang signifikan.

Penilaian kinerja dapat didefinisikan sebagai penilaian formal dan penilaian individu yang di lakukan oleh manajer mereka melalui sebuah pertemuan kajian tahunan. Sedangkan dalam manajemen kinerja dan proses yang berkesinambungan dan lebih luas, lebih menyeluruh serta lebih alami karena manajemen yang menjelaskan harapan bersama dengan menekankan peran dukungan dari manajer yang di harapkan beritindak sebagai pembina dari pada hakim dan berfokus pada masa depan.” Menurut Amstrong (2006) dalam buku Wibowo (2016:193).

Tujuan Manajemen Kinerja.

Manajemen kinerja mendukung tujuan menyeluruh perusahaan dengan mengkaitkan pekerjaan dari setiap pekerja dan manajer pada misi keseluruhan dari unit kerjanya. Seberapa baik kita mengelola kinerja bawahan akan secara langsung mempengaruhi tidak hanya kinerja masing-masing pekerja secara individual dan unit kerjanya tetapi juga kinerja seluruh Menurut Castello 1994 dalam buku Wibowo (2016:12) Tujuan lainnya adalah suatu yang di harapkan perusahaan untuk di capai. Tujuan perusahaan dapat berupa perbaikan pelayanan pelanggan, pemenuhan permintaan pasar, peningkatan kualitas produk atau jasa, meningkatnya daya saing dan meningkatnya kinerja perusahaan setiap perusahaan tim atau individu dapat menentukan tujuan sendiri. Pencapaian tujuan perusahaan menunjukkan hasil kerja atau prestasi kerja perusahaan dan menunjukan sebagai kinerja atau performa perusahaan. Hasil kerja perusahaan diperoleh dari serangkaian aktivitas yang di jalankan perusahaan.

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja.

Menurut Robert dan John (2001:56).

a. Pengaruh Pemerintah.

Faktor utama yang mempengaruhi pasokan tenaga kerja adalah pemerintah. Pada masa ini manajer berkonfortasi dengan perluasan dan sering kali bingung dengan peraturan pemerintah dimana

aturan kegiatan sumber daya manusia akhir-akhir ini cenderung ketat. Jadi perencanaan sumber daya manusia harus di lakukan oleh orang-orang yang mengerti hukum dari berbagai peraturan yang di buat pemerintah.

b. Kondisi Perekonomian.

Resensi dan ledakan siklus usaha secara umum juga mempengaruhi rencana sumber daya manusia. Faktor-faktor tersebut antara lain tingkat suku bunga, inflasi, dan pertumbuhan ekonomi membantu menentukan tersedianya tenaga kerja dan menentukan angka dalam rencana dan sasaran perusahaan. Keputusan yang berkaitan dengan upah, lembur, dan perekrutan atau pemutusan hubungan kerja sangat bergantung pada kondisi perekonomian.

c. Kondisi Kependudukan Dan Persaingan.

Berikut masalah kependudukan dan persaingan dalam pembuatan rencana sumber daya manusia yang harus di pertimbangkan oleh perusahaan:

- 1) Migrasi kedalam wilayah
- 2) Perusahaan lain didalam wilayah
- 3) Keenganan tenaga kerja untuk terlokasi
- 4) Persaingan langsung di dalam wilayah
- 5) Pengaruh persaingan internasional di dalam wilayah

d. Komposisi tenaga kerja dan pola tenaga kerja

Perubahan komposisi tenaga kerja di gabungkan dengan penggunaan beragam pola kerja telah menciptakan tempat kerja dan perusahaan yang sangat berbeda dengan yang ada beberapa waktu lalu. Seperti di ketahui perubahan kependudukan telah mengakibatkan keanekaragaman yg lebih besar. Beberapa perusahaan menghadapi masalah dalam hal memiliki tenaga kerja yang cukup dengan kemampuan yang diperlukan, di mana mereka mulai mencarinya melalui sumber lain seperti orang-orang yang sedang dalam program Santunan dari pemerintah.

Indikator kinerja

Untuk mengukur kinerja karyawan dapat digunakan indikator mengenai kriteria kinerja yaitu: Penulis mencoba mengembangkan indikator menurut Kasmir (2017:208).

1) Kualitas.

Pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan melihat kualitas dari pekerjaan yang dihasilkan melalui suatu proses dengan kata lain bahwa kualitas merupakan suatu tingkat proses atau hasil dari penyelesaian suatu kegiatan makin sempurna suatu produk maka produk itu baik sebaliknya jika kualitas pekerjaan yang rendah maka kinerja juga rendah.

2) Kuantitas.

Untuk mengukur kinerja dapat dilakukan dengan melihat data kuantitas jumlah yang dihasilkan seseorang dengan kata lain kuantitas merupakan produksi yang dihasilkan dapat ditunjukkan dalam bentuk satuan mata uang, jumlah unit, jumlah dalam kegiatan yang selesai. Pencapaian kuantitas yang diharapkan adalah jumlah yang sesuai dengan target atau melebihi target yang telah ditetapkan.

3) Waktu (Jangka Waktu).

Untuk jenis pekerjaan tertentu diberikan batas waktu dalam menyelesaikan pekerjaan artinya ada pekerjaan batas waktu minimal dan maksimal yang harus dipenuhi misalnya 30 menit jika melanggar atau tidak memenuhi ketentuan waktu tersebut maka dianggap kinerja kurang baik demikian pula sebaliknya.

4) Penekanan Biaya.

Biaya yang dikeluarkan untuk setiap aktivitas perusahaan sudah dianggarkan sebelum aktivitas dijalankan artinya dengan biaya yang sudah dianggarkan tersebut merupakan sebagai acuan agar tidak melebihi dari yang sudah dianggarkan. Jika biaya melebihi anggaran yang sudah ditetapkan maka akan terjadi pemborosan sehingga kinerja dianggap kurang baik demikian pula sebaliknya.

5) Pengawasan.

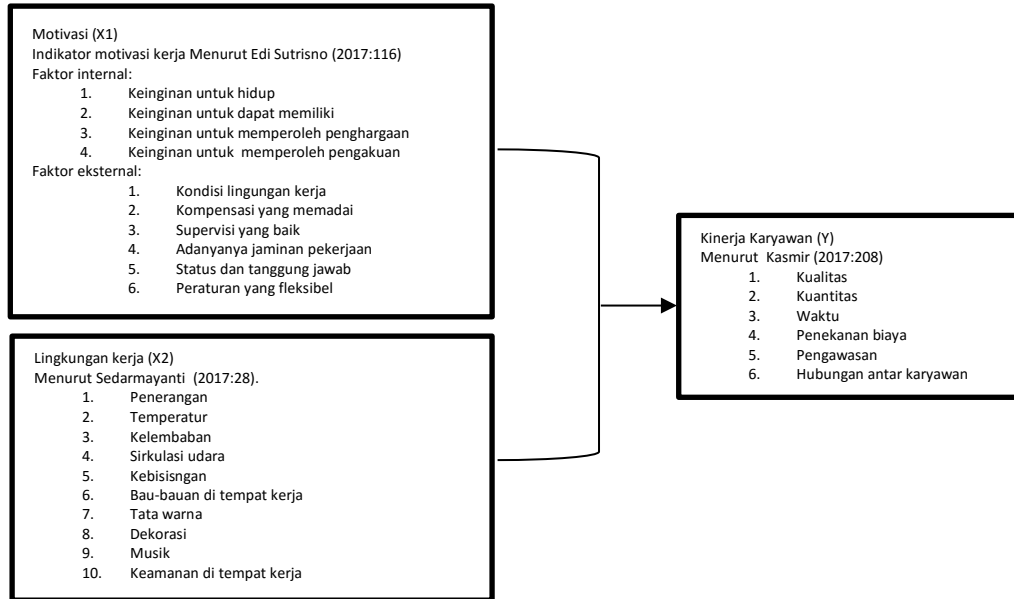
Hampir seluruh jenis pekerjaan perlu melakukan dan memerlukan pengawasan terhadap kinerja yang sedang berjalan pada dasarnya situasi dan kondisi selalu berubah dari keadaan yang baik menjadi tidak baik atau sebaliknya. Oleh karena itu setiap pekerjaan perlu memerlukan pengawasan sehingga tidak melenceng dari yang telah ditetapkan dengan adanya pengawasan maka setiap pekerjaan akan menghasilkan kinerja yang baik.

6) Hubungan antar karyawan.

Penilaian kinerja sering kali dikaitkan dengan kerja sama kerukunan antar karyawan dan antar pimpinan hubungan sering kali dikaitkan sebagai hubungan antar perseorangan dalam hubungan ini diukur apakah seseorang karyawan mampu mengembangkan perasaan saling menghargai niat baik-baik dan kerja antara karyawan yang satu dengan karyawan yang lainnya hubungan antar karyawan ini merupakan perilaku kerja yang dihasilkan seorang karyawan.

Kerangka berpikir.

Gambar Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mengemukakan data guna mencapai tujuan tertentu. Menurut Sugiyono ada dua metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (natural setting) disebut juga metode etnografi karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian dalam bidang antropologi budaya, disebut metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:8).

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif berupa pernyataan karyawan atau jawaban atas pernyataan yang diajukan melalui kuesioner, yang nanti jawabannya itu akan mengklarifikasi dalam bentuk kategori dimana

data dalam bentuk Skala Likert yaitu pilihan nilai jawaban dari 1 (terendah) sampai dengan nilai 5 (tertinggi).

Populasi Dan Sample

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2017:80). populasi dalam penelitian ini semua karyawan yang ada di PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang sebanyak 35 orang.

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2017:81). Dalam penelitian ini perhitungan sample menggunakan rumus sampling jenuh.

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sample bila semua anggota populasi digunakan sebagai sample. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil istilah lain sample jenuh adalah sensus dimana semua anggota populasi di jadikan sample.

Uji Validitas Dan Realibilitas

- a. Uji Validitas.
- b. Uji Realibilitas.

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik.

- Uji Multikoloneritas
- Uji Normalitas
- Uji Autokorelasi
- Uji Heteroskedastisitas

- Uji Koefisien Determinasi Dengan F- Tes Dan Uji Signifikan.
- Uji Parsial (Uji T).
- Persamaan Model Regresi.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini di lakukan pada setiap butir pernyataan dengan menggunakan *Corrected Item Total Correlation*. Hasilnya di bandingkan dengan r table, $df = n - 2$ dengan tingkat kesalahan 5%. Dalam penelitian ini jumlah sample dan uji validitasnya sebanyak $(n) = 35$ responden dan besarnya df dapat di hitung $35 - 2 = 33$, dengan df 33 dan sig 5% di dapat r table = 0,4296 jika r hitung $>$ r tabel maka butir pernyataan di sebut valid.

Penyebaran kuesioner penelitian ini di isi oleh 35 respnden, berdasarkan uji validita dari 49 pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian dapat dinyatakan valid seperti di jelaskan pada table di bawah ini:

Table Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	r Hitung	r Table	Keterangan
Motivasi Kerja	1.	0,546	0,4296	Valid
	2.	0,617	0,4296	Valid
	3.	0,625	0,4296	Valid
	4.	0,442	0,4296	Valid
	5.	0,539	0,4296	Valid
	6.	0,816	0,4296	Valid
	7.	0,602	0,4296	Valid
	8.	0,867	0,4296	Valid
	9.	0,508	0,4296	Valid
	10.	0,584	0,4296	Valid
	11.	0,583	0,4296	Valid
	12.	0,611	0,4296	Valid
	13.	0,797	0,4296	Valid
	14.	0,526	0,4296	Valid
	15.	0,595	0,4296	Valid
	16.	0,545	0,4296	Valid
	17.	0,565	0,4296	Valid
	18.	0,343	0,4296	Tidak Valid
Lingkungan Kerja	19.	0,713	0,4296	Valid
	20.	0,562	0,4296	Valid
	21.	0,659	0,4296	Valid
	22.	0,694	0,4296	Valid
	23.	0,696	0,4296	Valid
	24.	0,453	0,4296	Valid

	25.	0,480	0,4296	Valid
	26.	0,446	0,4296	Valid
	27.	0,535	0,4296	Valid
	28.	0,665	0,4296	Valid
	29.	0,615	0,4296	Valid
	30.	0,759	0,4296	Valid
	31.	0,495	0,4296	Valid
	32.	0,631	0,4296	Valid
	33.	0,502	0,4296	Valid
	34.	0,757	0,4296	Valid
	35.	0,641	0,4296	Valid
	36.	0,544	0,4296	Valid
	37.	0,623	0,4296	Valid
Kinerja Karyawan	38.	0,757	0,4296	Valid
	39.	0,670	0,4296	Valid
	40.	0,538	0,4296	Valid
	41.	0,641	0,4296	Valid
	42.	0,638	0,4296	Valid
	43.	0,809	0,4296	Valid
	44.	0,723	0,4296	Valid
	45.	0,804	0,4296	Valid
	46.	0,594	0,4296	Valid
	47.	0,590	0,4296	Valid
	48.	0,816	0,4296	Valid
	49.	0,820	0,4296	Valid

Sumber: Data yang di olah SPSS versi 25

Berdasarkan tabel diatas dari 49 item pernyataan di ketahui bahwa r hitung $>$ r tabel dan hasil pengolahan data menunjukan semua koefisien dari pernyataan yang telah diolah menunjukan lebih besar dari 0,4296. Dengan demikian disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan nilai yang ada dalam variabel tersebut sudah valid.

Hasil Uji Reabilitas

Penguji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan *alfa cronbach* adalah koefisien keandalan yang menunjukn seberapa baiknya item/butir pernyataan dalam suatu kumpulan secara berpositif berkorelasi satu sama lain. Jika nilai *alfa* $>$ 0,60 maka reliabel. Berikut hasil pengujian realibilitas terhadap semua variabel di tunjukan dengan tabel 4.9 di bawah ini :

Tabel Hasil Uji Reabilitas Motivasi Kerja (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,746	18

Tabel Hasil Uji Reabilitas Lingkungan Kerja (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,747	19

Tabel Hasil Uji Reabilitas Kinerja Karyawan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,756	12

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 25

Diketahui hasil uji reabilitas dengan menggunakan SPSS 25 nilai *cronbach's* alfa dari variabel Motivasi Kerja (X1), Lingkungan Kerja (X2), dan Kinerja Karyawan (Y) adalah 0,60 < 0,746 (X1), 0,747 (X2), dan 0,756 (Y) atau lebih besar dari 0,60 yang menjadi syarat minimum kualitas reabilitas. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam *questionnaire* untuk mengukur variabel Kinerja Karyawan (Y) adalah reliabel atau handal. Hal ini dapat dilihat pada tabel diatas.

Hasil Uji Asumsi Klasik.

Hasil Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,602 ^a	,363	,323	3,835	1,914

a. Predictors: (Constant), total Lingkungan Kerja, Total Motivasi

b. Dependent Variable: Total Kinerja

Sumber: Data Diolah SPSS versi 25

Dari tabel di atas di dapatkan nilai durbin-watson (DW hitung) sebesar 1,914, akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan signifikan 5% jumlah sample 35 dan jumlah independen 2. Maka nilai Du berada diantara Du dan 4-Du. $Du < (4-Du) = 1,584 < 1,914 < (4-1,584) = 1,584 < 1,914 < 2,416$ jadi dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji Aoutokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-watson hasilnya tidak terdapat Aoutokorelasi.

tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak *orthogonal*, artinya variabel independen nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Cara mendeteksinya jika nilai *variance Inflation Factor (VIF)* < 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dikatakan terbebas dari multikolineritas.

Tabel Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Model		
(Constant)		
TOTAL MOTIVASI	,601	1,664
TOTAL LINGKUNGAN	,601	1,664

Dependent Variabel Kinerja Karyawan

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 25

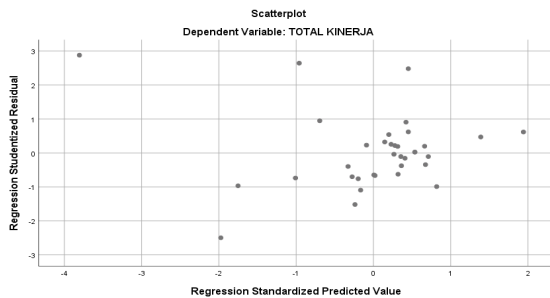
Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai tolerance 0,601 tidak kurang dari 0,1 dan nilai *variance inflation factor (VIF)* = 1,664 tidak lebih dari 10 untuk setiap variabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi bebas dari problem multikoloneritas dan dapat di gunakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil hitung SPSS versi 25 di peroleh skor perhitungan untuk variabel Motivasi kerja (X1), Lingkungan Kerja (X2) dan Kinerja Karyawan (Y) adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Heteroskedasitas

Hasil uji heteroskedasitas menguji terjadinya perbedaan *Variance Residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedasitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*. Regresi yang tidak terjadi heteroskedasitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak boleh mengumpul hanya diatas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaraan titik- titik data tidak berpola.



Gambar Grafik scatterplot

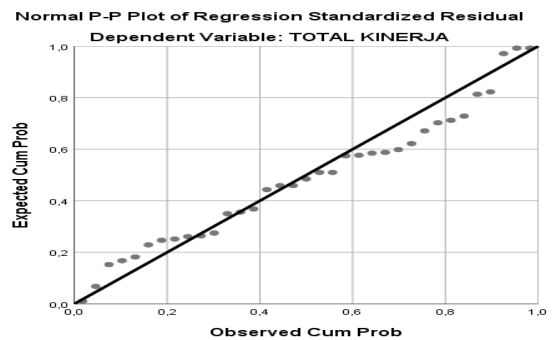
Berdasarkan gambar grafik hasil pengujian heteroskedasitas menunjukkan bahwa data tersebut tidak terdapat pola yang jelas dari titik tersebut. Hal ini menunjukkan dengan grafik *scatterplot* yang menunjukkan titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola serta berada di atas dan di bawah nol, sehingga pengujian heteroskedasitas telah terpenuhi.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residul memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residul mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini di langgar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah kecil.

Dalam uji normalitas ada dua cara untuk mendeteksi apabila residul berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik (histogram dan normal plot) dan uji statistik.

Kinerja Karyawan PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang



Dari gambar diatas terlihat bahwa sebenarnya data memusat pada nilai rata-rata dan median atau nilai p-p terletak di garis diagonal, maka dapat di katakan bahwa data penelitian ini memiliki penyebaran dan terdistribusi normal. Dengan normalnya data pada penelitian ini, maka penelitian ini dapat diteruskan. Untuk menegaskan hasil uji coba normalitas diatas maka penelitian melakukan uji *kolmogrov-smirnov* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,71411132
Most Extreme Differences	Absolute	,122
	Positive	,122
	Negative	-,090
Test Statistic		,122
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Diolah SPSS versi 25

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS versi 25 diatas, terlihat nilai *asympt. Sig* memiliki nilai 0,200 atau lebih besar dari 0,05. hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal dan model regresi tersebut layak digunakan sebagai penelitian.

Hasil Uji Hipotesis.

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang di uji pada tingkat signifikan 0,05. Jika nilai *probability* t lebih kecil dari 0,05 maka Ho di terima dan menolak Ha. Hasil uji statistik t dapat di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
		B	Std. Error	
1	(Constant)	22,803	5,581	
	TOTAL MOTIVASI	,219	,099	,404
	TOTAL LINGKUNGAN	,135	,095	,259

Sumber: Data Diolah SPSS versi 25

Berdasarkan pada tabel *coefficient* di atas untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependent adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Motivasi Kerja (X1) terhadap kinerja PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang terlihat bahwa t hitung koefisien Motivasi kerja (X1) adalah 2,220, sedangkan t tabel bisa di hitung pada tabel t-tes, dengan *a* di bagi 2 menjadi 0,025 dan *degree of freedom* (derajat bebas) $df= 32$ (di dapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $35-3= 32$). Di dapat t tabel adalah 2,037, variabel Motivasi kerja (X1) memiliki nilai sig. $0,034 < 0,05$. Artinya signifikan, sedangkan t hitung $< t$ tabel, ($2,220 > 2,036$). Maka H_0 di terima dan H_a di tolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien Motivasi kerja (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kinerja PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang.

2. Pengaruh Lingkungan Kerja (X2) terhadap kinerja PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang terlihat bahwa t hitung koefisien Lingkungan Kerja (X2) adalah 1,424, sedangkan t tabel bisa di hitung pada tabel t-tes, dengan *a* di bagi 2 menjadi 0,025 dan *degree of freedom* (derajat bebas) $df= 32$ (di dapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $35-3= 32$). Di dapat t tabel adalah 2,034, variabel Lingkungan Kerja (X2) memiliki nilai sig. $0,164 > 0,05$. Artinya tidak signifikan, sedangkan t hitung $< t$ tabel, ($1,424 < 2,036$). Maka H_0 di tolak dan H_a di terima. Jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien Lingkungan (X1) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang.

Hasil Uji F (Uji Signifikan).

Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh independen secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Hasil hipotesis dapat di lihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square
1	Regression	267,863	2	133,931
	Residual	470,537	32	14,704
	Total	738,400	34	

a. Dependent Variable: TOTAL KINERJA

b. Predictors: (Constant), TOTAL LINGKUNGAN, TOTAL MOTIVASI

Berdasarkan uji ANOVA atau F tes, maka di peroleh Fhitung sebesar 9,108 dengan tingkat signifikan 0,001, sedangkan Ftabel 3,29. Ftabel di dapat dari $df=2$ (rumus $k-1$, dimana k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $3-1=2$) dan $df_2=32$ (rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data, k adalah banyaknya variabel bebas dan terikat, $(35-3=32)$ jadi nilai Ftabel $(2;32) = 3,29$. Oleh karena nilai probabilitas jauh lebih kecil dari pada 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan Fhitung $> Ftabel$ ($9,108 > 3,29$), maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi (X1) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependent kinerja karyawan PDAM

Tirta Benteng Kota Tangerang.

Hasil Uji Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) di gunakan untuk mengetahui peresentasi perubahan variabel tidak bebas (Y) yang di sebabkan bebas (X). Jika R² semakin besar, maka presentasi perubahan variabel tidak bebas (Y) yang di sebabkan variabel oleh bebas (X) semakin tinggi. Jika R² semakin kecil, maka presentasi perubahan variabel tidak bebas (X) semakin rendah. Hasil dari analisis uji koefisien determinasi (R²) dengan menggunakan SPSS IBM 25 adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,602 ^a	,363	,323	3,835

Sumber: Data Diolah SPSS versi 25

Pada tabel di atas diperoleh nilai R square = 0,363 sehingga dapat di simpulkan bahwa pengaruh Motivasi kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan bagian PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang adalah sebesar 36,3% sedangkan sisanya yaitu 63,7% (100 -36,3%)

Menjelaskan bahwa kinerja bagian PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang di pengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent. Secara umum persamaan regresi linear berganda digunakan dalam sebuah penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Kinerja Karyawan
- a = Konstata
- X1 = Motivasi Kerja
- X2 = Lingkungan Kerja
- b1 = Koefisien regresi dari motivasi kerja
- b2 = Koefisien regresi dari lingkungan kerja
- e = Standar Error

berdasarkan analisis dari pengembangan sumber daya manusia hasil regresi berganda seperti pada tabel berikut:

Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	22,803	5,581	
	TOTAL MOTIVASI	,219	,099	,404
	TOTAL LINGKUNGAN	,135	,095	,259

a. Dependent Variable: TOTAL KINERJA

Berdasarkan tabel mengenai hasil anlisis regresi linear berganda dengan program SPSS versi 25, maka dapat di jelaskan bahwa koefisien motivasi kerja (X1) = 0,219 dan koefisien lingkungan kerja (X2) = 0,135 dan konstata (a) = 22,803 diperoleh model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 22,803 + 0,219 X_1 + 0,135 X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna sebagai berikut:

- a. Konstata (a) sebesar 22,803
Artinya jika nilai Motivasi Kerja (X1) di anggap sama dengan nol (0), maka kinerja PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang sebesar 22,803.
- b. Koefisien regresi Motivasi kerja (X1) sebesar 0,219
Artinya jika nilai Motivasi Kerja (X1) mengalami kenaikan maka pengaruhnya terhadap kinerja bagian PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang akan meningkat sebesar 2,19%.
- c. Koefisien regresi Lingkungan Kerja (X2) sebesar 0,135
Artinya jika nilai lingkungan kerja (X2) mengalami kenaikan maka pengaruhnya terhadap kinerja bagian PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang akan meningkat sebesar 1,35%.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan kepada 35 responden karyawan PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang maka dari penelitian tersebut hasil penguji yang di peroleh adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t (uji parsial), variabel Motivasi (X1) memiliki nilai sig. 0,034 <

0,05 artinya signifikan, sedangkan nilai t hitung $<$ nilai t tabel ($2,220 > 2,037$), maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat di simpulkan bahwa koefisien Motivasi Kerja (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).

2. Berdasarkan hasil uji t (uji parsial), variabel Lingkungan Kerja (X2) memiliki nilai sig. $0,164 > 0,05$, artinya tidak signifikan, sedangkan t hitung $<$ t tabel ($1,424 < 2,037$), maka H_a ditolak dan H_o diterima.

Jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien Lingkungan Kerja (X2) secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan (Y).

3. Berdasarkan hasil uji F (simultan) memiliki nilai probabilitas jauh lebih kecil dari pada 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan F hitung $>$ F tabel ($9,108 > 3,29$) maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi (X1) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen Kinerja Karyawan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

Albert. 2014. Metodologi Riset Untuk Ekonomi Bisnis. Bandung. Alfabeta.

Edi Sutrisno Dan Hasibuan. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. Kencana.

Hasibuan, Melayu. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. Rosdakarya.

Kasmir. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia Teori Dan Praktek. Depok. PT. Raja Grafindo Persada.

Kuncoro, Mudrajat. 2011. Metodologi Kuantitatif Untuk Bisnis Ekonomi. Yogyakarta. Unit Penerbit Dan Percetakan.

Mashlow, Abraham, Emron, dkk. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung. Alfabeta CV.

Robbins, Dan Wibowo. 2016. Manajemen Kinerja. Jakarta. Rajawali Pers.

Robert, Dan Johny. 2001. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. PT. Salemba Empat Patria.

Samsudin, Sadili. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia Bandung. CV. Pustaka Setia.

Sedarmayanti. 2017. Tata Kerja Dan Produktivitas Kerja. Bandung. CV.Mandar Maju.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung. Alfabeta.

Suharismmin. 2014. Prosedur Penelitian. Jakarta. Rineka Cipta.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL RESMI SEPEDA MOTOR HONDA DI PT. WAHANA ARTHA RITELINDO CABANG CIMONE TANGERANG

Suhadarliyah

Dosen Tetap Program Studi Manajemen STIE BISMA LEPISI

Suhadarliyah_liyah@yahoo.com

Fauzi Amanda

Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE BISMA LEPISI

Fauziananda91@gmail.com

Abstract: *the purpose of this study is to determine the influence of variabels tangible (X_1), reliability (X_2), Responsiveness (X_3), assurance (X_4), empathy (X_5), partially and together with the customer satisfaction of the official workshop of honda motorcycles at PT Wahana Artha Ritelindo Branch Cimone Jl. Teuku Umar. The method used is quantitative method and analyzes the relationship between independent variables with the dependent variable, the method of meashuring the method used is using a Likert Scale by taking 88 respondents from the existing population as a sample research for regression tests researchers used statistical analys with the program SPSS 24 for windows from the result of the study, it is known that the multiple linear legality equation $Y = 6,072 + 0,326 (X_1) + 0,436 (X_2) + 0,392 (X_3) + 0,231 (X_4) + 0,317 (X_5)$. Partially the Tangible variabel (X_1) has a positif and significant effect on the sig value. 0,020, partially the reliability variabel (X_2) has a positif and significant effect on the sig value. 0,044, partially the responsiveness variabel (X_3) has a positif and significant effect on the sig value. 0,000, partially the asurance variabel (X_4) has a positif and significant effect on the sig value. 0,013, partially the empathy variabel (X_5) has a positif and significant effect on the sig value. 0,005. taken togrther influence the variables customer satisfaction (Y) seen from the significance f of 0,000, meaning that the value of sig is $0,000 < 0,05$.*

Keywords: *Service Quality and Customer satisfaction.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel tangible (X_1), reliability (X_2), Responsiveness (X_3), assurance (X_4), empati (X_5), secara parsial dan bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan bengkel resmi honda. sepeda motor di PT Wahana Artha Ritelindo Cabang Cimone Jl. Teuku Umar. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menganalisis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, metode pengukuran metode yang digunakan menggunakan Skala Likert dengan mengambil 88 responden dari populasi yang ada sebagai sampel penelitian untuk uji regresi peneliti menggunakan analisis statistik dengan Pada program SPSS 24 for windows dari hasil penelitian diketahui persamaan legalitas linier berganda $Y = 6,072 + 0,326 (X_1) + 0,436 (X_2) + 0,392 (X_3) + 0,231 (X_4) + 0,317 (X_5)$. Secara parsial variabel Berwujud (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai sig. 0,020, secara parsial variabel reliabilitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai sig. 0,044, secara parsial variabel responsivitas (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai sig. 0,000, secara parsial variabel asurance (X_4) berpengaruh positif dan

signifikan terhadap nilai sig. 0.013, secara parsial variabel empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai sig. 0,005 untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan konsumen (Y) dilihat dari signifikansi f sebesar 0,000, artinya nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, persaingan semakin ketat di dunia bisnis. Banyak hal yang harus diperhatikan, salah satunya adalah masalah kualitas pelayanan agar mampu bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Persaingan yang semakin ketat terjadi di dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi yang paling banyak dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Semakin banyaknya jumlah pesaing menuntut PT. Wahana Artha Ritelindo untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara memuaskan pelanggan. Karena kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat menciptakan kepercayaan atau loyalitas pelanggan pada perusahaan yang memberikan pelayanan.

LANDASAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2014:282) mendefinisikan sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Pengukuran kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa.

Dimensi Kualitas Pelayanan. Menurut Parasuraman et al, dalam Danang (2015:288-289) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan:

1. Bukti langsung (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan-santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan Pelanggan

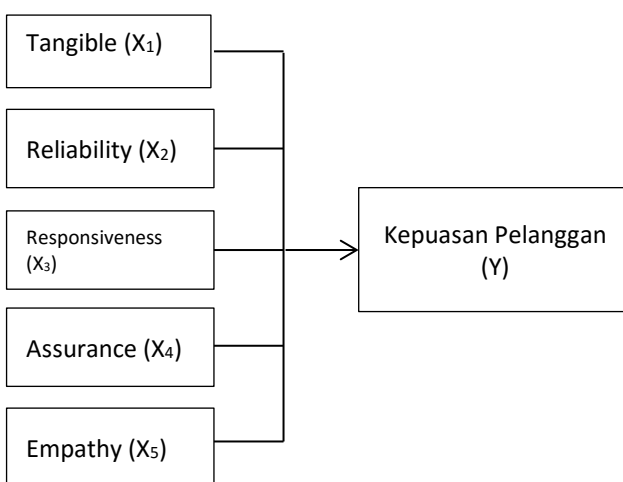
Menurut Kotler dan Keller dalam Sudaryono (2016:79) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari

membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.

Menurut Mowen dan Minor dalam Sudaryono (2016:78) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah memperoleh dan menggunakannya.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi obyek permasalahan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Hipotesis

Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan (Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik) dengan kepuasan Pelanggan bengkel resmi sepeda motor honda di PT. Wahana Artha Ritelindo cabang cimone Jl. Teuku Umar Cabang Cimone.

Ha: Diduga terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan (Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik) dengan kepuasan Pelanggan bengkel resmi sepeda motor honda di PT. Wahana

Artha Ritelindo cabang cimone Jl. Teuku Umar Cabang Cimone.

2. H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan (Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik) secara bersama-sama dengan kepuasan Pelanggan bengkel resmi sepeda motor honda di PT. Wahana Artha Ritelindo cabang cimone Jl. Teuku Umar Cabang Cimone.

Ha: Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan (Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik) secara bersama-sama dengan kepuasan Pelanggan bengkel resmi sepeda motor honda di PT. Wahana Artha Ritelindo cabang cimone Jl. Teuku Umar Cabang Cimone.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT WAHANA ARTHA RITELINDO yang beralamat di Jl. Teuku Umar No 12 A Kota Tangerang. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2018 sampai Juli 2018.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif untuk menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan di PT. Wahana Artha Ritelindo.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di PT. Wahana Artha Ritelindo pada periode April 2018 yang berjumlah 785 orang.

Sampel

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin, adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{785}{1 + 785 \cdot (0.1)^2} = 88$$

Jumlah sampel yang diambil adalah 88 responden

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan 10%

Berdasarkan rumus diatas, diperoleh sampel n = 88 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara: digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2011:145).
2. Angket: digunakan bila responden jumlahnya besar dapat membaca dengan baik, dan dapat mengungkapkan hal-hal yang sifatnya rahasia.
3. Observasi: digunakan bila obyek penelitian bersifat perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, responden kecil. (Sugiyono, 2011:145).

Metode Analisis Data

Penulis melakukan analisis data dengan menggunakan analisis linier berganda dengan bantuan perangkat lunak yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

A. Uji Determinasi dengan F- Test dan Uji Signififikasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Pengujian ini menggunakan uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

1. Bila F hitung < F tabel maka Ho diterima dan ditolak Ha, artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan menerima Ha artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

B. Uji Parsial dengan T- test dan Signifikasi

Uji t merupakan cara untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan secara independen atau sendiri-sendiri.

Agar hasil perhitungan koefisien korelasi dapat diketahui tingkat signifikan atau tidak signifikan maka hasil perhitungan dari statistik uji t (t hitung) tersebut selanjutnya dibandingkan dengan t tabel. Tingkat signifikannya yaitu 5 % ($\alpha = 0,05$), artinya jika hipotesis nol ditolak dengan taraf kepercayaan 95%, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95% dan hal ini menunjukkan adanya hubungan (korelasi) yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ada didaerah penerimaan, yang berarti H_a ditolak artinya antara variabel x dan variabel y tidak ada pengaruhnya.
2. Jika signifikansi $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ada didaerah penolakan, yang berarti H_a diterima artinya antara variabel x dan variabel y ada pengaruhnya.

C. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) atau *R Square* digunakan untuk melihat mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.

D. Persamaan Model Regresi

Menurut l'anatut Thoifah, (2016:220-221) Analisis regresi digunakan untuk mengetahui atau memprediksi perubahan yang terjadi pada variabel tertentu karena dipengaruhi oleh berubahnya variabel yang lain. Tahap-tahap pengujian hipotesis regresi berganda. Analisis regresi berganda untuk mengetahui hubungan keenam variabel independen (X) secara simultan dengan variabel dependen (Y), maka analisis regresi berganda persamaan analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Artinya koefisien β adalah jika nilai positif (+), hal tersebut menunjukkan hubungan yang searah antara independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain mengatakan (penurunan) besarnya variabel independen akan diikuti oleh

besarnya peningkatan (penurunan) besarnya dependen. Sedangkan jika negatif (-), hal tersebut menunjukkan hubungan berlawanan arah antara variabel independen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan di PT. Wahana Artha Ritelindo. Penelitian dilakukan dengan metode kuesioner dengan mengambil sampel 88 responden sebagai *sampelnya* dimana terlebih dahulu ditentukan perhitungan untuk menentukan jumlah sampel tersebut. Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan.

Adapun hasil yang diperoleh dari kuesioner mengenai karakteristik responden ada sebagai berikut:

1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	68	77,3%
Perempuan	20	22,7%
Total	88	100%

Sumber : PT. Wahana Artha Ritelindo, April 2018

Berdasarkan tabel 1. menunjukkan bahwa dari 88 responden, 77 responden (77,3%) adalah berjenis kelamin laki-laki dan 20 responden (22,7%) adalah berjenis kelamin perempuan. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki.

2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
21 tahun	6	6,8%
21-35 tahun	38	43,2%
36-40 tahun	27	30,7%
>40 tahun	17	19,3%

Total	88	100%
-------	----	------

Sumber : PT. Wahana Artha Ritelindo, 2018

Berdasarkan tabel 2. menunjukkan bahwa dari 88 responden, 6 responden (6,8%) adalah usia 21 tahun, 38 responden (43,2%) adalah usia 21-35 tahun, 27 responden (30,7%) adalah usia 36-40 tahun, 17 responden (19,3%) adalah usia >40 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu berusia 21-35 tahun.

3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	4	4,5%
SMP	13	14,8%
SMK	38	43,2%
D3	12	13,6%
S1	19	21,6%
S2	2	2,3%
Total	88	100%

Sumber : PT. Wahana Artha Ritelindo, 2018

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa dari 88 responden, 4 responden (4,5%) adalah pendidikan SD, 13 responden (14,8%) adalah pendidikan SMP, 38 responden (43,3%) adalah pendidikan SMK, 12 responden (13,6%) adalah pendidikan D3, 19 responden (21,6%) adalah pendidikan S1, 2 responden (2,3%) adalah pendidikan S2. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian responden yaitu pendidikan SMK.

4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pedagang	15	17,0%
Pegawai swasta/karyawan	47	53,4%
Lainnya	26	29,5%
Total	88	100%

Sumber : PT. Wahana Artha Ritelindo, 2018

Berdasarkan tabel 4. menunjukkan bahwa dari 88 responden, 15 responden

(17,0%) adalah pedagang, 47 responden (53,4%) adalah pegawai swasta/karyawan, 26 responden (29,5%) adalah Lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu pegawai swasta/karyawan.

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas

digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Nilai korelasi untuk variabel dibandingkan dengan nilai r_{tabel} pada $n = 88$ dengan rumus $df = n-2$ (n =jumlah responden) dan taraf signifikansi 0,01. $df = 88-2$ berdasarkan rumus tersebut maka r_{tabel} adalah 0,2732.

1. Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (*Tangible*) (X_1)

Hasil uji validitas variabel bukti fisik (*tangible*) (X_1) tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (*Tangible*)(X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.735	0,2732	Valid
2	0.829	0,2732	Valid
3	0.757	0,2732	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uji validitas pada tabel 5, dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dalam variabel bukti fisik (*tangible*)(X_1) valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2732). Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan pernyataan atau indikator pada variabel bukti fisik (*tangible*)(X_1) dinyatakan valid.

2. Uji Validitas Variabel Reliabilitas (*Reliability*) (X_2)

Hasil uji validitas variabel reliabilitas (*reliability*) (X_2) tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kehandalan (*Reliability*)(X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.860	0,2732	Valid

2	0.798	0,2732	Valid
3	0.796	0,2732	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018
 Berdasarkan uji validitas pada tabel 6, dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dalam variabel kehandalan (*reliability*)(X₂) valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2732). Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan pernyataan atau indikator pada variabel kehandalan (*reliability*)(X₂) dinyatakan valid.

3. Uji Validitas Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X₃)

Hasil uji validitas variabel daya tanggap (*responsiveness*) (X₃) tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*)(X₃)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0.818	0,2732	Valid
2	0.759	0,2732	Valid
3	0.764	0,2732	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018
 Berdasarkan uji validitas pada tabel 7, dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dalam variabel daya tanggap (*responsiveness*)(X₃) valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2732). Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan pernyataan atau indikator pada variabel daya tanggap (*responsiveness*)(X₃) dinyatakan valid.

4. Uji Validitas Variabel Jaminan (*Assurance*) (X₄)

Hasil uji validitas variabel jaminan (*assurance*) (X₄) tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan (*Assurance*)(X₄)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0.824	0,2732	Valid
2	0.784	0,2732	Valid
3	0.819	0,2732	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uji validitas pada tabel 8, dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dalam variabel Jaminan (*assurance*)(X₄) valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2732). Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan pernyataan atau indikator pada variabel jaminan (*assurance*)(X₄) dinyatakan valid.

5. Uji Validitas Variabel Empati (*Empathy*) (X₅)

Hasil uji validitas variabel empati (*empathy*) (X₅) tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Empati (*Empathy*)(X₅)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0.812	0,2732	Valid
2	0.777	0,2732	Valid
3	0.768	0,2732	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018
 Berdasarkan uji validitas pada tabel 9, dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dalam variabel empati (*empathy*)(X₅) valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2732). Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan pernyataan atau indikator pada variabel Empati (*Empathy*)(X₅) dinyatakan valid.

6. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Mahasiswa) (Y)

Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan (mahasiswa) (Y) tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0.636	0,2732	Valid
2	0.564	0,2732	Valid
3	0.740	0,2732	Valid
4	0.745	0,2732	Valid
5	0.713	0,2732	Valid
6	0.703	0,2732	Valid
7	0.663	0,2732	Valid
8	0.592	0,2732	Valid
9	0.643	0,2732	Valid
10	0.657	0,2732	Valid
11	0.739	0,2732	Valid
12	0.671	0,2732	Valid
13	0.735	0,2732	Valid
14	0.761	0,2732	Valid
15	0.840	0,2732	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018
 Berdasarkan uji validitas pada tabel 10, dapat diketahui bahwa semua item pernyataan harapan pelanggan dalam variabel kepuasan pelanggan (Y) valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2732). Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan pernyataan harapan pelanggan dalam variabel kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS24, yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan Uji Statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Sujarweni, 2014:85). Hasil uji reliabilitas tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	N of Item	Keterangan
Bukti Fisik (X ₁)	0.662	3	Reliabel
Kehandalan (X ₂)	0.753	3	Reliabel
Daya Tanggap (X ₃)	0.677	3	Reliabel
Jaminan (X ₄)	0.736	3	Reliabel
Empati(X ₅)	0.689	3	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.923	15	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Diketahui hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 24, nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,60 yang menjadi syarat minimum kualitas reliabilitas. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner untuk mengukur variabel penelitian adalah *reliable*, atau handal karena menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi. Hal ini dapat dilihat pada tabel 11.

Uji Determinasi dengan F- Test dan Uji Signififikasi

1. Uji F (Determinasi/Simultan)

Dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama- sama (simultan) terhadap variabel terikat maka digunakan uji F.

Hasil uji F (Determinasi/Simultan) tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 12. Hasil Uji F (Simultan) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3256,075	5	535,012	26,241	,000 ^b
Residual	42,107	82	18,421		
Total	3298,182	87			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), Empati X5, bukti fisik X1, Daya tanggap X3, Kehandalan X2, Jaminan X4

Berdasarkan ANOVA atau F test, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 26,241 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} = 2,33, F_{tabel} didapat dari $df_1=5$ (rumus $k-1$, dimana k =banyaknya variabel bebas dan terikat, $6-1=5$) dan $df_2=88$ (rumus $n-k$,

dimana n adalah jumlah data, k adalah banyaknya variabel bebas dan terikat, $88-6=82$ jadi nilai $F_{tabel}(5:82)=2,33$. Oleh karena nilai probabilita jauh lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan $F_{hitung} > F_{tabel}(26,241 > 2,33)$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4). dan empati (X_5) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Parsial dengan T- test dan Signifikasi

1. Statistik Uji t (Parsial)

Dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t. Adapun hasil uji t (parsial) tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 13. Hasil Uji t (parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,072	7,551		2,843	,219
	Bukti Fisik X1	,326	,469	,091	2,094	,020
	Kehandalan X2	,436	,487	,073	2,795	,044
	Daya Tanggap X3	,392	,511	,555	4,376	,000
	Jaminan X4	,231	,514	,242	2,254	,013
	Empati X5	,317	,484	,035	2,036	,005

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Berdasarkan pada tabel 13 diatas, pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Bukti Fisik (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien bukti fisik (X_1) adalah 2,094, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $a=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai a dibagi 2 menjadi 0,025 dan *degree of freedom* (derajat bebas) $df = 82$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $88-6=82$). Didapat t_{tabel} adalah

1,98932. Variabel bukti fisik (X_1) memiliki nilai sig. $0,020 < 0,05$ artinya signifikanm sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,094 > 1,98932$), jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien bukti fisik (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2. Pengaruh Kehandalan (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien kehandalan (X_2) adalah 2,795, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $a=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai a dibagi 2 menjadi 0,025 dan *degree of freedom* (derajat bebas) $df = 82$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $88-6=82$). Didapat t_{tabel} adalah 1,98932. Variabel kemampuan (X_2) memiliki nilai sig. $0,044 < 0,05$ artinya signifikanm sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,795 > 1,98932$), jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien kehandalan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

3. Pengaruh Daya Tanggap (X_3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien daya tanggap (X_3) adalah 4,376, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $a=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai a dibagi 2 menjadi 0,025 dan *degree of freedom* (derajat bebas) $df = 82$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $88-6=82$). Didapat t_{tabel} adalah 1,98932. Variabel daya tanggap (X_3) memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya signifikanm sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,376 > 1,98932$), jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien

daya tanggap (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4. Pengaruh jaminan (X_4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien jaminan (X_4) adalah 2,254, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan *degree of freedom* (derajat bebas) $df = 82$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $88-6=82$). Didapat t_{tabel} adalah 1,98932. Variabel jaminan (X_4) memiliki nilai sig. 0,013 < 0,05 artinya signifikan sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,254 > 1,98932$), jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien jaminan (X_4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

5. Pengaruh Empati (X_5) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien empati (X_5) adalah 2,036, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan *degree of freedom* (derajat bebas) $df = 82$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $88-6=82$). Didapat t_{tabel} adalah 1,98932. Variabel empati (X_5) memiliki nilai sig. 0,005 < 0,05 artinya signifikan sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,036 > 1,98932$), jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien empati (X_5) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan

variabel independen bukti fisik (X_1), reliabilitas (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) dapat menjelaskan variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) secara keseluruhan.

Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini:

Tabel 14. Hasil Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,902 ^a	,813	,740	5,207	1,648

a. Predictors: (Constant), Empati X_5 , bukti fisik X_1 , Daya tanggap X_3 , Kehandalan X_2 , Jaminan X_4

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari tabel 14 terlihat tampilan output SPSS 24 model *summary* besarnya R Square adalah 0,813. Hal ini berarti 81,3% variasi kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4). dan empati (X_5). Sedangkan sisanya ($100\% - 81,3 = 18,7\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan analisis dengan program SPSS 24 diperoleh hasil regresi berganda seperti terangkum pada tabel 15.

Tabel 15. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,072	7,551		2,843	,219
	Bukti Fisik X_1	,326	,469	,091	2,094	,020
	Kehandalan X_2	,436	,487	,073	2,795	,044
	Daya Tanggap X_3	,392	,511	,555	4,376	,000
	Jaminan X_4	,231	,514	,242	2,254	,013
	Empati X_5	,317	,484	,035	2,036	,005

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Berdasarkan tabel 15. mengenai hasil analisis regresi linear berganda dengan

program SPSS 24, maka dapat dijelaskan bahwa koefisien bukti fisik (X_1)=0,326, koefisien kehandalan (X_2)=0,436, koefisien daya tanggap (X_3)=0,392, koefisien jaminan (X_4)=0,231, koefisien empati (X_5)=0,317, dan konstanta (a) = 6,072, diperoleh model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 6,072 + 0,326X_1 + 0,436X_2 + 0,392X_3 + 0,231X_4 + 0,317X_5$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 6,072
Artinya jika nilai bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) dianggap sama dengan nol (0), maka kepuasan pelanggan (Y) sebesar 6,072.
2. Variabel bukti fisik (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 32,6%, variabel kehandalan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 43,6%, variabel daya tanggap (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 39,2%, variabel jaminan (X_4) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 23,1%, dan variabel empati (X_5) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 24,2%.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Bukti Fisik (*tangible*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,094 lebih besar dari t_{tabel} 1,98932 ($2,094 > 1,98932$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,020 < 0,05$), dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,326.

Sehingga dapat disimpulkan jika variabel bukti fisik (*tangible*) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,326 satuan (32,6%).

2. Variabel kehandalan (*reliability*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,795 lebih besar dari t_{tabel} 1,98932 ($2,795 > 1,98932$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,044 < 0,05$), dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,436. Sehingga dapat disimpulkan jika variabel kehandalan (*reliability*) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,436 satuan (43,6%).
3. Variabel Daya Tanggap (*responsiveness*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,376 lebih besar dari t_{tabel} 1,98932 ($4,376 > 1,98932$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,392. Sehingga dapat disimpulkan jika variabel daya tanggap (*responsiveness*) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,392 satuan (39,2%).
4. Variabel Jaminan (*assurance*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,254 lebih besar dari t_{tabel} 1,98932 ($2,254 > 1,98932$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,013 < 0,05$), dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,231.

Sehingga dapat disimpulkan jika variabel jaminan (*assurance*) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,231 satuan (23,1%).

5. Variabel Empati (*empathy*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,036 lebih besar dari t_{tabel} 1,98932 ($2,036 > 1,98932$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$), dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,317. Sehingga dapat disimpulkan jika variabel daya tanggap (*responsiveness*) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,317 satuan (31,7%).
6. Variabel Bukti Fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai f_{hitung} sebesar 26,241 lebih besar dari f_{tabel} 2,33 ($26,241 > 2,33$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,813. Sehingga dapat disimpulkan jika variabel

Bukti Fisik (*tangible*), Reliabilitas (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), secara simultan atau bersama-sama hanya mampu mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 81,3%, sedangkan sisanya sebesar 18,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka peneliti akan menyampaikan saran yang mungkin akan bermanfaat, variabel yang mempunyai pengaruh terkecil adalah variabel jaminan (*assurance*) dengan nilai koefisien sebesar 0.231 (23,1%). Untuk itu perlu peningkatan kualitas pelayanan pada unsur jaminan seperti, memberikan keamanan dalam penyimpanan privasi data pelanggan, menguasai keahlian dalam menggunakan teknologi, selalu bersikap ramah dan sopan santun kepada pelanggan. Variabel dengan pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan adalah kehandalan (X_2), dengan nilai koefisien sebesar 0,436 (43,6%). Untuk itu perlu dipertahankan dan ditingkatkan pelayanannya pada unsur kehandalan seperti, kecepatan dan ketepatan dalam melakukan service sepeda motor, administrasi dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Fathonah, Danang. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sopiah, Sangadji Mamang Eтта. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit C.V Andi Offset.

- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit C.V Andi Offset.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Thoifah, l'anatut. 2016. *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang – Jawa Timur:
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit C.V Andi Offset.

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA

RR. Prima Dita Hapsari
LPPM STIE BISMA LEPISI, Tangerang
primadita86@gmail.com

Rendi Gustiawan
LPPM STIE BISMA LEPISI, Tangerang
rendigustiawan@gmail.com

Abstract: This study aims to identify and analyze how much influence of variable managerial ownership (X1), variable institutional ownership (X2), variable auditor independence(X3), and variable KAP size (X4). Partially and together to profit management at manufacturing company listed on the BEI year 2012-2016. The study method used is quantitative methods and analyze the relationship between the independent variable and the dependent variable, measuring instrument the method used is purposive sampling by taking 13 companies from the existing population as the research sample. For the regression test of the study using statistical analysis with the program SPSS 16 for windows. The result shows that managerial ownership, institutional ownership, auditor independence, and KAP size has no impact on the the profit management.

Keyword: ownership structure, quality audit, and profit management

1. Latar Belakang

Kerangka konseptual akuntansi, menyebutkan bahwa inti dari pelaporan keuangan adalah penjelasan tentang prestasi perusahaan yang terlihat dari ukuran laba dan komponen-komponennya (Hery, 2015:4). Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang mencerminkan kinerja manajemen.

Pihak manajemen melakukan rekayasa laporan keuangan sehingga memberikan informasi yang menyesatkan bagi pengambil keputusan. Penyalahgunaan laporan keuangan sering terjadi dalam praktik manajemen laba (Trisnawati, 2009).

Tujuan manajemen laba agar harapan pihak eksternal perusahaan

dapat terpenuhi. Salah satu tujuan perataan laba adalah mempermudah dalam memperoleh pinjaman kreditor dan memikat investor (Hery, 2015:51).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Lestari (2017); Marsheila (2017); dan Shiyammurti (2015) membuktikan tentang struktur kepemilikan yang memiliki pengaruh negatif terhadap manajemen laba. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Murwaningsari (2014) serta Putri dan Yuyetta (2013) yang terbukti bahwa struktur kepemilikan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Murwaningsari (2014) membuktikan kualitas audit berpengaruh negatif

terhadap manajemen laba. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2017); dan Shiyammurti (2015) menunjukkan bahwa kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk meneliti kembali dengan objek yang berbeda. Penelitian ini mengambil data Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

2. Kajian Pustaka

2.1. Manajemen Laba

Cara manajemen mempengaruhi informasi yang tertuang dalam laporan keuangan tergambar dalam manajemen laba. Tujuan manajemen melakukan manajemen laba untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan sebenarnya (Sulistiyanto, 2008).

Persoalan keagenan memiliki dampak konfrontasi kepentingan antara agen pemilik dan manajemen. Konflik ini timbul disebabkan pihak pemilik dan manajemen masing-masing ingin menguasai keuntungan, sehingga pihak manajemen sebagai pengelola perusahaan merekayasa laporan keuangan melalui manajemen laba, agar kepentingan pihak manajemen juga tercapai yaitu untuk kemakmuran dirinya sendiri.

2.2. Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan saham perusahaan terdiri atas saham yang dimiliki institusi dan

manajerial. Institusi sebagai pemilik saham dianggap lebih mampu dalam mendeteksi kesalahan yang terjadi, disebabkan karena institusi lebih berpengalaman dibandingkan dengan investor individual.

Institusi sebagai penyandang modal mengantongi kapabilitas mengolah informasi dibandingkan dengan penyandang modal individual. Jensen dan Meckling (1976) dalam Pratiwi dan Yulianto (2016) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional merupakan cara yang dapat mengelola problem keagenan dalam sistem *corporate governance*.

Kepemilikan Manajerial

Penelitian oleh Sutojo dan Aldridge (2008) menyebutkan bahwa kepemilikan manajerial merupakan situasi ketika manajer mempunyai saham perusahaan, dapat dikatakan bahwa manajer juga menjadi pemegang saham perusahaan. Informasi tentang kepemilikan manajerial terdapat dalam laporan keuangan bagian persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer.

Kepemilikan saham manajerial mampu menyetarakan kepentingan manajer dengan pemegang saham, karena manajer turut mendapatkan keuntungan dari keputusan yang diambil dan manajer dan menanggung resiko jika ada kerugian yang muncul sebagai hasil dari pengambilan keputusan yang buruk. Semakin

tinggi proporsi kepemilikan manajemen dalam perusahaan akan mampu mempersatukan kepentingan manajer dan pemegang saham yang mengakibatkan kinerja perusahaan semakin baik.

Penelitian Maiyusti (2013) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap manajemen laba. Sehingga dengan semakin tingginya tingkat kepemilikan saham oleh manajerial, maka dapat disimpulkan bahwa akan menimbulkan semakin tingginya besaran manajemen laba. Hal ini seiring dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggani (2015) dan Widyaningsih (2017).

H1: Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap manajemen laba

Kepemilikan Institusional

Jensen dan Meckling (1976) mengungkapkan bahwa kepemilikan institusional mempunyai peran sangat penting dalam menghindari konflik keagenan antara pemegang saham dan manajer. Keberadaan investor institusional sanggup melakukan mekanisme pengawasan yang baik dalam tiap keputusan manajer. Hal tersebut dikarenakan investor institusional ikut campur dalam pengambilan keputusan penting sehingga tidak gampang percaya terhadap perilaku manipulasi laba.

Penelitian Nugroho (2017) menyatakan bahwa kepemilikan

institusional berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Sehingga dengan semakin tingginya tingkat kepemilikan saham oleh institusi, maka dapat disimpulkan bahwa akan menimbulkan semakin tingginya besaran manajemen laba. Walaupun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nazir (2014), Hermato (2015), Perwitasari (2015), dan Widyaningsih (2017), H2: Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap manajemen laba

2.3. Kualitas Audit

Kualitas audit memiliki kerumitan untuk diuji melalui sudut pandang yang rasional. De Angelo (1981) dalam Singgih dan Bawono (2010) menerangkan kualitas audit sebagai kemungkinan auditor menjumpai dan mengutarakan kesalahan yang ditemukan dalam sistem akuntansi kliennya. *Public sector Government Accountability Office* (1986) dalam Badjuri (2011) menjelaskan kualitas audit merupakan pemenuhan parameter profesional dan ketentuan yang sinkron dengan kesepakatan yang patut ditimbang.

Auditor yang memiliki kapasitas tinggi lebih suka mengungkapkan kecurangan dan distorsi, serta menolak menyepakati praktik akuntansi yang ambigu, hal ini disebabkan karena auditor yang berkapasitas tinggi dipercaya cakap dalam mencium praktik manajemen laba

(Abid *et. al.*, 2018). Auditor yang berkualitas tinggi diharapkan mampu mendeteksi praktik manajemen laba, sehingga manajer akan lebih awas dalam pelaporan jumlah *discretionary accruals*.

Ukuran KAP

Ukuran KAP diukur dari apakah KAP tersebut termasuk dalam kategori *big four* dan *non big four*. Auditor yang bekerja di KAP yang termasuk kategori *big four* dipercaya berkeahlian dan bereputasi lebih tinggi daripada auditor *non big four*. Auditor *big four* akan berusaha mempertahankan kualitas dan nama baiknya dengan memberi keyakinan kepada publik (Sanjaya, 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Boedhi dan Ratnaningsih (2015) membuktikan bahwa ukuran KAP memiliki pengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Ini berarti semakin baik kualitas auditor justru akan mendorong perusahaan untuk melakukan manajemen laba melalui aktivitas riil. Hasil ini diamini oleh Puspitasari dan Nugrahanti (2016). Akan tetapi hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Dinuka dan Zulaikha (2014).

H3: Ukuran KAP berpengaruh terhadap manajemen laba

Independensi Auditor

Auditor yang independen adalah auditor yang bebas dari pengendalian dari pihak manapun

yang memiliki kepentingan, sehingga opini yang dikeluarkan benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Hasil laporan audit akan semakin berkualitas jika independensi auditor dapat dijamin. Auditor yang bermutu adalah auditor yang memiliki keberanian dalam melaporkan, serta menyampaikan opini audit *going concern* kepada perusahaan *financial distress*.

Penelitian yang dilakukan oleh Nini dan Trisnawati (2009) membuktikan bahwa independensi auditor berpengaruh terhadap manajemen laba. Independensi auditor mutlak dalam kondisi apapun, sehingga tingkat independensi auditor dapat mempengaruhi manajemen laba perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fachrony (2015). Akan tetapi hasil tersebut tidak bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amijaya dan Prastiwi (2013), serta Susilawati, Rifa dan Anggraini (2013).

H4: Independensi auditor berpengaruh terhadap manajemen laba

3. Metode Penelitian

Populasi data yang digunakan penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2016. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif melalui

pendekatan kuantitatif. Berdasarkan metode tersebut, adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini yaitu:

- a. Perusahaan yang diteliti merupakan perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit selama 2012 sampai 2016 berturut-turut.

- c. Data terkait variabel penelitian yang akan diteliti tersedia lengkap dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 13 perusahaan dari populasi 16 perusahaan. Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 65 data.

4. Hasil Penelitian

4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1: Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Accrual	65	227561000	1086552369395	64183899978	172452557931
INST	65	1.06	83.67	6.2498	17.14494
KPMJ	65	1.05	61.47	9.9711	13.65726
Independensi	65	.00	1.00	.2462	.43412
KAP	65	.00	1.00	.4769	.50335
Valid N (list wise)	65				

Berdasarkan tabel 1 untuk hasil uji statistik deskriptif di atas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Nilai standar deviasi disini lebih besar dari nilai rata-rata (mean) yang menunjukkan bahwa variabel manajemen laba mengindikasikan hal baik.
- b. Nilai standar deviasi disini lebih besar dari nilai rata-rata (mean) yang menunjukkan bahwa variabel kepemilikan institusional mengindikasikan hal baik.
- c. Nilai standar deviasi disini lebih besar dari nilai rata-rata (mean) yang menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial mengindikasikan hal baik.
- d. Nilai standar deviasi disini lebih besar dari nilai rata-rata (mean) yang menunjukkan bahwa variabel independensi auditor dan ukuran KAP mengindikasikan hal baik.

4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2: Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	65
Asymp, Sig. (2-tailed)	2.657

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 2.657 yang berarti lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

4.3. Uji Hipotesis

Tabel 3: Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	9.811E10	4.233E10		2.318	.024		
INST	-8.834E8	1.317E9	-.088	-.671	.505	.937	1.067
KPMJ	-1.573E9	1.651E9	-.125	-.953	.345	.940	1.064
Inde	-4.606E10	5.348E10	-.116	-.861	.393	.886	1.128
KAP	-2.914E9	4.818E10	-.009	-.060	.952	.813	1.231
F hitung = 2,53 Adjusted R ² = 0,028					.694		

Signifikansi pada $\alpha = 5\%$

5. Pembahasan

Tabel 4: Kesimpulan

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Kesimpulan
KPMJ	-1.061	-0.953	0.345	Ha ditolak
INST	-0.665	-0.671	0.505	Ha ditolak
Independensi	-0.850	-0.861	0.393	Ha ditolak
KAP	-0.298	-0.060	0.952	Ha ditolak

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa manajemen laba tidak dipengaruhi kepemilikan manajerial. Hal ini berarti perusahaan manufaktur dengan kepemilikan manajer yang lebih besar tidak mempengaruhi keputusan pihak manajemen untuk melakukan tindakan manajemen laba. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Arthawan dan Wirasedana (2018) dan Mahariana dan Ramantha (2014).

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa manajemen laba tidak dipengaruhi

kepemilikan institusional. Hal ini berarti ukuran manajemen laba tidak dipengaruhi oleh jumlah hak suara yang dimiliki institusi (Mahariana dan Ramantha, 2014). Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Guna dan Herawaty (2010), Putri dan Yuyetta (2013).

Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa manajemen laba tidak dipengaruhi independensi auditor. Independensi auditor tidak teruji mampu melimitasi karakter manajemen laba yang dilakukan manajer. Ini dapat terjadi

disebabkan auditor tidak mampu menemukan perilaku manajemen laba. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Yuyetta (2013), serta Guna dan Herawaty (2010).

Hasil uji hipotesis 4 menunjukkan bahwa manajemen laba tidak dipengaruhi ukuran KAP. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang diaudit oleh KAP besar tidak serta-merta membatasi perilaku manajemen laba yang dilakukan manajemen. Namun hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryaman (2008), serta Veronica dan Utama (2005).

6. Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran

6.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.
2. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.
3. Independensi auditor tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

4. Ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

6.2. Keterbatasan dan Saran

Sampel yang digunakan untuk penelitian selanjutnya lebih baik jangan hanya terbatas pada perusahaan manufaktur tetapi bisa diaplikasikan pada perusahaan sektor lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini hanya menggunakan periode pengamatan selama 5 tahun, penelitian berikutnya diharapkan dapat melakukan penambahan periode pengamatan penelitian, sehingga sampel yang digunakan semakin banyak dan representatif dengan maksud dapat memberikan hasil yang lebih kuat dan berimplikasi nyata (Amirin, 2011).

Penggunaan metode pendektasian manajemen laba lainnya dengan tidak hanya menggunakan *Modified Jones Mode*. Melanjutkan penelitian ini dengan menambah variabel yang baru seperti *leverage* dan profitabilitas, sebagai elemen yang mampu memberikan konsekuensi terhadap implementasi manajemen laba (*earnings management*) yang dilaksanakan

oleh perusahaan (Astari dan Suryanawa, 2017).

Daftar Pustaka

- Abid, Ammar Muhammad, Muhamamd Anwar ul Haq, dan Muhammad Shaique. (2018). Do Big Four Auditors Always Provide Higher Audit Quality? Evidence from Pakistan. *International Journal Of Financial Studies*, Vol 2018, June: 58.
- Amijaya, Muhammad Dody dan Andri Prastiwi. (2013). Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol 2 No. 3: 1-13.
- Amirin, T.M. (2011). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Arthawan, Putu Teddy dan I Wayan Pradnyantha Wirasedana. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Utang dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol 22, No. 1: 1-29.
- Astari, Anak Agung Mas Ratih dan I Ketut Suryanawa. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol 20 No.1: 290-319.
- Badjuri, A. (2011). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kualitas Audit Auditor Independen Pada Kantor Akuntan Publik (KAP) di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan* 3 (2): 183-197.
- Boedhi, Nico Radityo dan Dewi Ratnaningsih. (2015). Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba Melalui Aktivasi Riil. *KINERJA*, Vol 19, No.01: 84-98.
- Dinuka, Vina Kholisa dan Zulaikha Zulaikha. (2014). Analisis Pengaruh Audit Tenure, Ukuran KAP dan Diversifikasi Geografis Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol 3, No.3: 1-11.
- Fachrony, Herry Laksito. (2015). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance dan Independensi Auditor Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol 4, No. 4: 1-14.
- Guna, Welvin I dan Arleen Herawaty. (2010). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Independensi Auditor, Kualitas Audit dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol 12 No.1.
- Hery. (2015). *Analisis Kinerja Manajemen*. Jakarta: Badan Penerbit PT Grasindo.
- Lestari, Eka Murtanto. (2017). Pengaruh Efektivitas Dewan Komisaris Dan Komite Audit, Struktur Kepemilikan, Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, Vol 17, No 2.

- Mahariana, I Dewa Gede Pingga dan I Wayan Ramantha. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Pada Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol 7, No.2: 519-528.
- Marsheila, Giovani. (2017). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Tata Kelola Perusahaan, Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, Vol 15, No.2.
- Murwaningsari Ety. (2014). Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Informasi Dan Future Earnings Response Coefficient. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vo 18, No.2.
- Puspitasari, Andriana dan Yeterina Widi Nugrahanti. (2016). Pengaruh Hubungan Politik, Ukuran Kap, dan Audit Tenure Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 18, No.1: 27-43.
- Putri, Noviantara Dwi dan Afri Etna Nur Yuyetta. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol 2 No.4.
- Sanjaya, Wina. (2008). *Perencanaan & Desain Sistem Pembelajaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, halaman: 26-174.
- Shiyammurti, Rizky Nastiti. (2015). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Praktik Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba. *Telkom University Open Library*, Vol 2 No.1.
- Singgih, M.E., dan I.R. Bawono. (2010). Pengaruh Independensi, Pengalaman, Due Professional Care, dan Akuntabilitas Terhadap Kualitas Audit (Studi pada Auditor di KAP "Big Four" di Indonesia). *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto. Hal 1-24.
- Sulistyanto, H. Sri. (2008). *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris*. Jakarta: Grasindo.
- Susilawati, Rini, Dandes Rifa dan Fivi Anggraini. (2013). Pengaruh Independensi Auditor, Keahlian Auditor, Frekuensi Pertemuan, Komitmen Waktu dan Pendidikan Auditor Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta*, Vol 1, No.1.
- Sutojo, Siswanto dan Aldridge, E. John. (2008). *Good Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan yang Sehat)*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Pratiwi, Rafika dan Arief Yulianto. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Komisaris Independensi Terhadap Biaya Keagenan Perusahaan Yang Masuk Dalam Indonesia Most Trusted Companies. *Management Analysis Journal*, 5 (3) (2016).

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
SMARTPHONE MEREK SAMSUNG
(STUDI KASUS DI PERUMAHAN TAMAN DADAP INDAH KOSAMBI TIMUR
TANGERANG)**

SANTI

Dosen Tetap STIE BISMA LEPISI
santi.tomahuw@yahoo.com

ELISABETH NATHALIA

Mahasiswa STIE BISMA LEPISI
Elisabethnathalia710@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kepercayaan Merek (X_1) dan variabel Kepuasan Merek (X_2) secara parsial dan bersama-sama terhadap Loyalitas Merek *smartphone*.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menganalisis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, alat ukur metode yang digunakan yaitu menggunakan skala *likert* dengan mengambil 65 responden sebagai sampel penelitian. Untuk uji regresi peneliti menggunakan analisis statistik dengan program SPSS 22 *for windows*.

Dari hasil penelitian diketahui persamaan regresi linear berganda $Y = 17,293 (a) + 0,447 (X_1) + 0,531 (X_2)$. Secara parsial variabel Kepercayaan Merek (X_1) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig. 0,000, secara parsial variabel Kepuasan Merek (X_2) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig. 0,002. Secara bersama-sama mempengaruhi variabel Loyalitas Merek (Y) dilihat dari *significance F* sebesar 0,000, artinya nilai sig. $0,000 < 0,050$.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Kepuasan Merek dan Loyalitas Merek

PENDAHULUAN

Dewasa ini, alat komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Semua kalangan masyarakat saat ini minimal memiliki satu alat komunikasi *smartphone*, bahkan banyak diantaranya yang memiliki dua atau tiga buah *smartphone*. Oleh karena itu, saat ini perusahaan berlomba-lomba menciptakan *smartphone* yang tidak hanya terbatas sebagai alat telekomunikasi tetapi juga menambahkan fitur-fitur lainnya yang dapat menarik minat pelanggan.

Menghadapi persaingan yang ketat pemasar telah mengalihkan fokus mereka dari memperoleh pelanggan baru untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Konsep ini telah menarik perhatian dalam beberapa tahun terakhir karena munculnya hubungan pemasaran yang menekankan

membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan organisasi.

Pengembangan kepercayaan merek merupakan proses jangka panjang, sebuah merek terpercaya peduli dengan harapan pelanggan, memenuhi janji dan nilai pelanggan yang akhirnya mengarah pada kepercayaan merek. Merek diposisikan pada kepercayaan dan nilai yang kuat yang melibatkan emosi di dalamnya. Jika suatu merek mampu memenuhi harapan konsumen atau bahkan melebihi harapan konsumen dan memberikan jaminan kualitas pada setiap kesempatan penggunaannya, serta merek tersebut diproduksi oleh perusahaan yang memiliki reputasi, maka konsumen akan semakin yakin dengan pilihannya dan konsumen akan memiliki kepercayaan pada merek, komit

terhadap merek, serta menganggap merek tersebut sebagai bagian dari dirinya.

Kepuasan merek juga berperan sangat penting terhadap loyalitas pelanggan, maka bagi perusahaan yang ingin mendapatkan pelanggan yang loyal harus mampu memahami apa yang pelanggan harapkan dari sebuah produk dan bagaimana agar pelanggan merasa puas terhadap produk tersebut. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting keberlangsungan perusahaan terutama pada pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di masa yang akan datang, selain itu mempertahankan pelanggan lama membutuhkan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan biaya mencari pelanggan baru.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Seberapa besar pengaruh variabel kepercayaan merek terhadap loyalitas *smartphone* merek Samsung?
- b. Seberapa besar pengaruh variabel kepuasan merek terhadap loyalitas *smartphone* merek Samsung?
- c. Seberapa besar pengaruh variabel kepercayaan merek dan kepuasan merek secara bersama-sama terhadap loyalitas merek *smartphone*?

2. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kepercayaan merek terhadap loyalitas merek *smartphone*.
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kepuasan merek terhadap loyalitas merek *smartphone*.
- c. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kepercayaan merek dan kepuasan merek secara bersama-sama terhadap loyalitas merek *smartphone*.

LANDASAN TEORI

Kepercayaan Merek Menurut Kotler dan Keller (2009:258), merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk

mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing.

Kepercayaan adalah sejumlah spesifik terhadap integritas (kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji), *benevolence* (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *competency* (kemampuan 3 pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan konsistensi perilaku pihak yang dipercaya (Luarn dan Lin di dalam Ferrinadewi, 2008:147).

Kepercayaan merek adalah kemampuan merek untuk dipercaya (*brand reliability*), yang bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan dan intensi baik merek (*brand intention*) yang didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa merek tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen. Persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan 3 kepuasan. (Delgado di dalam Ferrinnadewi, 2008:150).

Menurut Costabile di dalam Ferrinadewi (2008:148) bagi individual, proses terciptanya kepercayaan merek didasarkan pada pengalaman mereka dengan merek tersebut. Pengalaman dengan merek akan menjadi sumber bagi konsumen dengan terciptanya rasa percaya pada merek dan pengalaman ini akan mempengaruhi evaluasi konsumen dalam konsumsi, penggunaan atau kepuasan secara langsung dan kontak tidak langsung dengan merek.

Ferrinadewi (2008:153) menjelaskan alur kepercayaan konsumen pada merek, dimana janji kinerja merek berpengaruh terhadap harapan konsumen sehingga menghasilkan kepercayaan dan tidak percaya pada merek.

Ferrinadewi (2008:152) mengemukakan, terdapat tiga aktivitas yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan kepercayaan yaitu :

- a. *Achieving result*

Yaitu harapan konsumen tidak lain adalah janji konsumen yang harus dipenuhi bila ingin mendapatkan kepercayaan konsumen.

b. *Acting with integrity*

Yaitu bertindak dengan integritas berarti adanya konsistensi antara ucapan dan tindakan dalam setiap situasi. Adanya integritas merupakan faktor kunci bagi salah satu pihak untuk percaya akan ketulusan dan pihak lain.

c. *Demonstrate concern*

Yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan perhatiannya kepada konsumen dalam bentuk menunjukkan sikap pengertian konsumen jika menghadapi masalah dengan produk, akan menumbuhkan kepercayaan dengan merek.

Kepuasan Merek menurut Kotler dan Keller (2009:138) mendefinisikan kepuasan sebagai “perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek.

Perusahaan yang cerdas bertujuan untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang bisa mereka berikan dan kemudian memberikan lebih dari yang mereka janjikan (Kotler & Amstrong, 2014:35). Pelanggan yang puas dapat menyebabkan terjadinya loyalitas (Kotler & Amstrong, 2014:35). Kepuasan konsumen meliputi penentuan keseluruhan mengenai produk atau jasa yang mampu menciptakan suatu keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga dari produk tersebut dapat mendorong terciptanya suatu sikap positif terhadap merek sehingga terjadi pembelian ulang di waktu yang akan datang.

Sedangkan menurut Rangkuti (2002:31), kepuasan merek adalah respon atau

reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian.

Kotler dan Keller (2009) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

a. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika ingin membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

Loyalitas Merek Menurut Mowen dan Minor (2002:108), mendefinisikan loyalitas merek (*brand loyalty*) sebagai sejauh mana seorang pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tertentu dan berniat untuk terus membelinya dimasa depan.

Menurut Rangkuti (2004:60) loyalitas merek adalah ukuran kesetiaan konsumen terhadap suatu merek produk atau jasa tertentu. Pengertian ini menjelaskan bahwa loyalitas merek dapat dilihat dari kesetiaan konsumen dalam menggunakan merek tersebut.

Rangkuti (2004:63) menjelaskan bahwa loyalitas merek dapat diukur melalui:

1. *Behavior measures*

Suatu cara langsung untuk menentukan loyalitas terutama untuk habitual behavior (perilaku kebiasaan) adalah dengan memperhitungkan pola pembelian aktual.

2. *Measuring switch cost*

Pengukuran pada variabel ini dapat mengidentifikasi loyalitas pelanggan dalam suatu merek. Pada umumnya jika biaya untuk mengganti merek sangat

mahal, pelanggan akan enggan untuk berganti merek sehingga laju penyusutan kelompok pelanggan dari waktu ke waktu akan rendah.

3. *Measuring satisfaction*

Pengukuran terhadap kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan suatu merek merupakan indikator paling penting dalam loyalitas merek. Bila ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu merek rendah, maka pada umumnya tidak cukup alasan bagi pelanggan untuk berpindah ke merek lain kecuali bila ada faktor penarik yang cukup kuat.

4. *Measuring liking brand*

Kesukaan terhadap merek, kepercayaan, perasaan hormat atau bersahabat dengan suatu merek membangkitkan kehangatan dan kedekatan dalam perasaan pelanggan. Akan sulit bagi merek lain untuk menarik pelanggan yang berada dalam tahap ini. Ukuran rasa suka tersebut adalah kemauan untuk membayar harga yang lebih mahal untuk mendapatkan produk tersebut.

5. *Measuring commitment*

Salah satu indikator kunci adalah jumlah interaksi dan komitmen pelanggan terkait dengan produk tersebut. Kesukaan pelanggan akan suatu merek akan mendorong mereka untuk membicarakan merek tersebut kepada orang lain baik dalam taraf menceritakan atau sampai tahap merekomendasikan.

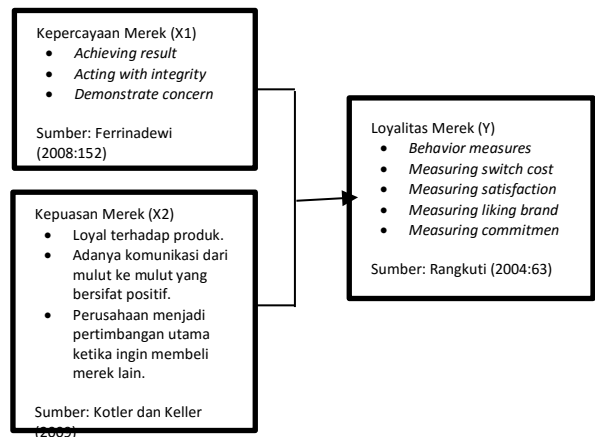
Kerangka Berpikir

Tingkat pertumbuhan konsumen yang berkembang semakin pesat menuntut produsen mengembangkan kualitas teknologi, fitur dan desain agar tetap menjaga loyalitas konsumen terhadap merek. Loyalitas merek adalah ukuran kesetiaan konsumen terhadap suatu merek produk atau jasa tertentu. (Freddy Rangkuti, 2002:60). Loyalitas merek diprediksi dapat dipengaruhi oleh kepercayaan merek dan kepuasan merek.

Dengan timbul rasa kepercayaan terhadap merek yang semakin tinggi, maka diharapkan konsumen akan menjadi loyal terhadap merek tersebut. Selain kepercayaan merek dapat juga diperhatikan mengenai kepuasan konsumen. Apabila konsumen

merasa puas akan merek yang telah dibeli atau digunakan maka muncul kesempatan yang baik untuk mengubah konsumen yang setia. Hal ini dapat membangun kepuasan merek yang kuat terhadap konsumen.

Berdasarkan kerangka penelitian tersebut, maka kerangka konseptual penelitian ini adalah loyalitas merek dipengaruhi oleh kepercayaan merek dan kepuasan merek, maka perumusan model yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



METODOLOGI DAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian analisis kuantitatif dengan menggunakan rancangan penelitian *Cross Sectional*, dimana penelitian mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Rancangan penelitian *Cross Sectional* adalah kegiatan riset yang dilakukan pada satu saat tertentu (Rangkuti 2015:20).

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarweni, 2014:65).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Perumahan Taman Dadap Indah yang berjumlah 273 warga.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sujarweni, 2014:65). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan pertimbangan *Purposive Sampling* yang merupakan teknik penarikan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu (Sujarweni, 2014:71).

Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak valid suatu kuisiomer. Suatu kuisiomer dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisiomer tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisiomer tersebut (Ghozali, 2013:52). Validitas suatu instrumen menurutnya menunjukkan seberapa jauh ia dapat mengukur apa yang hendak diukur (Sujarweni, 2014:79). Dalam penelitian ini pernyataan pada kuisiomer yang tidak jelas bagi responden akan dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan. Perhitungan uji validitas menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* dan *Microsoft Office Excel*. Untuk menguji validitas instrumen, peneliti menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson).

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013:47). Uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 22 dengan menggunakan model *Cronbach's Alpha* (α). Jadi suatu kuisiomer akan dikatakan reliabel apabila jawaban terhadap pertanyaan atau pernyataan konsisten dari waktu ke waktu.

Teknik Analisis Data

- Uji Asumsi Klasik
- Uji Multikolinieritas
- Uji Normalitas
- Uji Autokorelasi
- Uji Heteroskedastisitas

- Uji F- Test dan Uji Signifikasi
- Koefisien Determinasi (R^2)
- Uji Parsial dengan T- Test dan Uji Signifikasi
- Persamaan Model Regresi

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan, dengan ketentuan $Df = \text{Jumlah responden} - 2$ ($Df = 65 - 2 = 63$) dan α 5%, maka digunakan r tabel 63 = 0,2441. Artinya apabila r-hitung lebih besar dari r tabel, maka instrumen (pertanyaan) tersebut valid dan bisa diteruskan ke penelitian. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka pertanyaan tersebut tidak valid. Pertanyaan tersebut harus diganti atau dihilangkan. Berikut adalah hasil uji validitas seluruh variabel :

Tabel Hasil Uji Validitas (X1)

No.	Pernyataan	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	X1_Q1	0,597	0,2441	Valid
2	X1_Q2	0,618	0,2441	Valid
3	X1_Q3	0,498	0,2441	Valid
4	X1_Q4	0,766	0,2441	Valid
5	X1_Q5	0,523	0,2441	Valid
6	X1_Q6	0,717	0,2441	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan dari hasil uji validitas diatas, dengan ketentuan $Df = \text{Jumlah responden} - 2$ ($Df = 65 - 2 = 63$) dan α 5%, maka digunakan r tabel 63 = 0,2441. Keseluruhan variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan demikian variabel kepercayaan merek dapat diukur dengan menggunakan enam pernyataan yang valid.

Tabel Hasil Uji Validitas (X2)

No.	Pernyataan	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	X2_Q1	0,550	0,2441	Valid
2	X2_Q2	0,690	0,2441	Valid
3	X2_Q3	0,551	0,2441	Valid
4	X2_Q4	0,670	0,2441	Valid
5	X2_Q5	0,733	0,2441	Valid
6	X2_Q6	0,659	0,2441	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan dari hasil uji validitas diatas, dengan ketentuan $Df = \text{Jumlah responden} - 2$ ($Df = 65 - 2 = 63$) dan α 5%, maka digunakan r tabel 63 = 0,2441.

Keseluruhan variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan demikian variabel Kepuasan Merek dapat diukur dengan menggunakan enam pernyataan yang valid.

Tabel Hasil Uji Validitas (Y)

No.	Pernyataan	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	Y_Q1	0,545	0,2441	Valid
2	Y_Q2	0,388	0,2441	Valid
3	Y_Q3	0,478	0,2441	Valid
4	Y_Q4	0,473	0,2441	Valid
5	Y_Q5	0,559	0,2441	Valid
6	Y_Q6	0,540	0,2441	Valid
7	Y_Q7	0,408	0,2441	Valid
8	Y_Q8	0,565	0,2441	Valid
9	Y_Q9	0,563	0,2441	Valid
10	Y_Q10	0,558	0,2441	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan dari hasil uji validitas diatas, dengan ketentuan $Df = \text{Jumlah responden} - 2$ ($Df = 65 - 2 = 63$) dan α 5%, maka digunakan r tabel $63 = 0,2441$. Keseluruhan variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan demikian variabel loyalitas merek dapat diukur dengan menggunakan sepuluh pernyataan yang valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi dari instrumen penelitian yang digunakan. Suatu kuisisioner akan dikatakan reliabel apabila jawaban terhadap pertanyaan atau pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 22 dengan menggunakan model *Cronbach's Alpha* (α). Skala pengukuran reliabilitas diukur dari batas *Alpha Cronbach* dengan kriteria skala pengukuran reliabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* diatas 0,6. Dasar pengambilan keputusan diuji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$ maka pernyataan dalam kuisisioner layak digunakan (*construct reliable*).
2. Jika *cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka pernyataan dalam kuisisioner tidak layak digunakan (*construct unreliable*).

Tabel Uji Reliabilitas

No.	Variabel	N of Items	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kepercayaan Merek (X1)	6	0,685	Reliabel
2	Kepuasan Merek (X2)	6	0,708	Reliabel
3	Loyalitas Merek (Y)	10	0,653	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian reliabilitas dari kepercayaan merek, kepuasan merek dan loyalitas merek diketahui bahwa ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item yang mengukur setiap variabel tersebut reliabel atau memiliki konsistensi internal antara satu dengan yang lain.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor*(VIF). Bila nilai VIF < 10 dan nilai toleransinya diatas 0,1 atau 10% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2013:105).

Tabel Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kepercayaan Merek	,834	1,198
Kepuasan Merek	,834	1,198

a. Dependent Variable: Loyalitas Merek

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Nilai batasan yang umum dipakai dalam menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance 0,01 atau sama dengan VIF < 10 , setiap penelitian harus menentukan tingkat kolinearitas masih dapat ditolerir.

Dari hasil uji diatas diperoleh nilai tolerance untuk semua variabel $> 0,1$ yaitu variabel kepercayaan merek dengan nilai tolerance 0,834, variabel kepuasan merek dengan nilai tolerance 0,834. Oleh karena tidak ada nilai tolerance yang $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa data diatas memenuhi uji multikolinearitas.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati

distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan metode grafik yang dilengkapi dengan metode statistik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual* dan dengan melakukan uji statistik non parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepercayaan Merek	Kepuasan Merek	Loyalitas Merek
N		65	65	65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	23,74	26,51	41,97
	Std. Deviation	3,993	2,526	4,027
Most Extreme Differences	Absolute	,095	,092	,076
	Positive	,082	,087	,076
	Negative	-,095	-,092	-,056
Test Statistic		,095	,092	,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

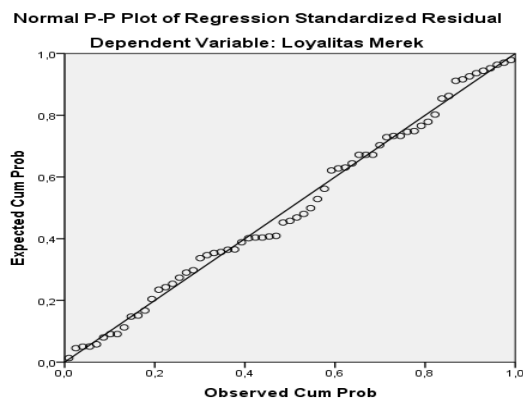
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel Uji Normalitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari hasil uji diatas diperoleh nilai sig. untuk semua variabel > 0,05 yaitu pada variabel kepercayaan merek dengan nilai sig. 0,200, variabel kepuasan merek dengan nilai sig. 0,200 dan variabel loyalitas merek dengan nilai sig. 0,200. Maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

Gambar



Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dalam grafik terlihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang berarti data tersebut berdistribusi normal. Hal ini konsisten dengan uji Kolmogorov-Smirnov sebelumnya.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 22 diperoleh skor perhitungan untuk variabel kepercayaan merek (X1), kepuasan merek (X2) dan loyalitas merek (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,654 ^a	,427	,409	3,097	1,820

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Merek, Kepercayaan Merek

b. Dependent Variable: Loyalitas Merek

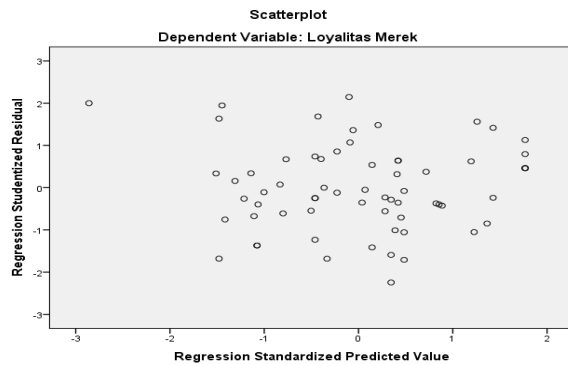
Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel diatas diperoleh nilai Durbin-Watson (DW hitung) sebesar 1,820, akan dibandingkan dengan nilai tabel DW yang memiliki signifikansi sebesar 5%, jumlah sampel 65 dan jumlah variabel independen 2. Maka nilai du yang diperoleh adalah 1,6621 oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi karena dw hitung lebih besar dari nilai du.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual, dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat digunakan metode grafik *scatterplot* yang dihasilkan dari output SPSS 22, apabila pada gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu y, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi adanya heteroskedastisitas pada model regresi. Berdasarkan hasil data yang telah diolah maka diperoleh skor perhitungan variabel evaluasi merek (X1), kepercayaan merek (X2), kepuasan merek (X3), hubungan merek (X4) dan loyalitas merek (Y) adalah sebagai berikut:

Gambar



Sumber: Data yang diolah

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa data yang telah diolah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Statistik Data

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji model/uji Anova yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau baik/nonsignifikan.

Tabel Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	443,381	2	221,690	23,118	,000 ^b
Residual	594,558	62	9,590		
Total	1037,938	64			

a. Dependent Variable: Loyalitas Merek

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Merek, Kepercayaan Merek

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil yang diperoleh diketahui bahwa F-hitung (23,118) > F-tabel (3,15) maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5% dengan df pembilang 2 dan df penyebut 62 yang berarti signifikan, sehingga secara simultan variabel kepercayaan merek dan kepuasan merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek *smartphone* pada masyarakat Perumahan Taman Dadap Indah Kosambi Timur Tangerang.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,654 ^a	,427	,409	3,097

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Merek, Kepuasan Merek

b. Dependent Variable: Loyalitas Merek

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,427 hal ini berarti 42,7% loyalitas merek dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan merek dan kepuasan merek. Sedangkan sisanya yaitu 57,3% loyalitas merek dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t

Hasil uji t sesuai dengan perhitungan SPSS 22 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	17,293	4,142		4,175	,000
Kepercayaan Merek	,447	,106	,443	4,212	,000
Kepuasan Merek	,531	,168	,333	3,163	,002

a. Dependent Variable: Loyalitas Merek

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari data diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek

Terlihat bahwa t-hitung untuk koefisien kepercayaan merek adalah 4,212. Sedangkan t-tabel pada hasil tabel-t dengan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh hasil 1,998.

Variabel kepercayaan merek memiliki t-hitung (4,212) > t-tabel (1,998) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel kepercayaan merek (X_1) secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (Y).

2. Pengaruh kepuasan merek terhadap loyalitas merek

Terlihat bahwa t-hitung untuk koefisien kepuasan merek adalah 4,212. Sedangkan t-tabel pada hasil tabel-t dengan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh hasil 1,998.

Variabel kepuasan merek memiliki t-hitung (3,163) > t-tabel (1,998) dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel kepuasan merek (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (Y).

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	17,293	4,142		
Kepercayaan Merek	,447	,106	,443	4,212	,000
Kepuasan Merek	,531	,168	,333	3,163	,002

a. Dependent Variable: Loyalitas Merek

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sabagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 17,293 + 0,447X_1 + 0,531X_2$$

Keterangan:

Y = loyalitas merek

a = konstanta

b1-b2 = koefisien regresi

X1 = kepercayaan merek

X2 = kepuasan merek

Berdasarkan hasil diatas, maka:

- a. Konstanta sebesar 17,293 menyatakan bahwa jika variabel kepercayaan merek dan kepuasan merek bernilai 0. Maka nilai variabel loyalitas merek sebesar 17,293.
- b. Koefisien regresi X1 sebesar 0,447 menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap dan kepercayaan merek ditambah 1 maka loyalitas merek akan bertambah

sebesar 0,447. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepercayaan merek dengan loyalitas merek, semakin tinggi kepercayaan merek maka akan semakin tinggi loyalitas merek.

- c. Koefisien regresi X2 sebesar 0,531 menyatakan bahwa jika variabel independen lain nilainya tetap dan kepuasan merek ditambah 1 maka loyalitas merek akan bertambah sebesar 0,531.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepuasan merek dengan loyalitas merek, semakin tinggi kepuasan merek maka akan semakin tinggi loyalitas merek.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai hasil penelitian, yaitu:

1. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan merek (X1) terhadap loyalitas merek (Y) karena nilai t-hitung sebesar 4,212 sedangkan t-tabel sebesar 1,998 dengan taraf signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,050 yang artinya berpengaruh signifikan. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.
2. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan merek (X2) terhadap variabel loyalitas merek (Y) karena nilai t-hitung sebesar 4,212 sedangkan t-tabel sebesar 1,998 dengan taraf signifikansi 0,002. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,050 yang artinya berpengaruh signifikan. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kepuasan merek terhadap loyalitas merek.
3. Pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek dilihat dari hasil koefisien determinasi secara simultan sebesar 0,427

menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya adalah sebesar 42,7%. Secara keseluruhan

dimensi yang diteliti memiliki nilai yang positif dan signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B Susanto, Himawan Wijarnako. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran Edisi 4*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Priatno, Duwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.



9 772443 309002

ISSN: 2443-3098