

ISSN 2614-0853 (print)
ISSN 2579-535X (online)



UPAJIWA

Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat

ANALISA PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP
MOTIVASI DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING

Dara Kusumawati 1-10

PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, KEMENARIKAN POSTING
MESSAGES, DAYA TANGGAP PELAYANAN TERHADAP SIKAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP DI INSTAGRAM

Melawati Nurani Dan Henny Welsea 11-21

ANALISIS KINERJA KARYAWAN DARI PERSPEKTIF MOTIVASI
Siti Atika Widiastuti 22-43

PENGARUH REWARD, PUSNISHMENT TERHADPA KINERJA
PEGAWAI DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING

Hera Wasiati 44-56

PENGARUH ANTARA TRILOGI KEPEMIMPINAN DAN KOMITMEN
ORGANISASI DENGAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP
BEHAVIOR* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Mohammad Ahyar Dan Prayekti 57-65

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI INTERVENING KEPUASAN

Antonius Suselo 66-80

indexed in:

UPAJIWA

VOL. 2

NO. 1

HAL 1-80

APRIL 2018



MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA



UPAJIWA

Jurnal Online Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat

PRODI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
upajiwa_mm@ustjogja.ac.id

jurnalfe.ustjogja.ac.id

ISSN 2614-0853 (cetak)
ISSN 2579-535X (online)

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

PENANGGUNG JAWAB

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

PENANGUNGJAWAB WEB TEKNIS

Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

REDAKSI

Kusuma Chandra Kirana

Francis Xaverius Wahono

MITRA BESTARI

Risal Rinofah, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Ririn Triratnasari, Universitas Airlangga

Sri Herianingrum, Universitas Airlangga

Fr. Ninik Yudianti, Universitas Sanata Dharma

M. Suyanto, Universitas Amikom

R. Maryatno, Universitas Atmajaya

Rudi Badrudin, STIE YKPN

ADMINISTRASI

Novie lucky A.

Tri Yuniyanto



UPAJIWA

Jurnal Online Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat

PRODI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
upajiwa_mm@ustjogja.ac.id

e-ISSN: 2579-535X
p-ISSN: 2641-0853

jurnalfe.ustjogja.ac.id

ANALISA PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Dara Kusumawati

Program Studi Sistem Informasi, STMIK AKAKOM Yogyakarta

dara@akakom.ac.id

Abstrak

Penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara budaya organisasi terhadap motivasi pegawai dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening dalam melaksanakan tugas sehari-hari. Jenis data berupa data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diuji dengan uji instrument mengenai tingkat validitas dan reliabilitas. Responden pegawai SMK NU Kunduran Blora dengan jumlah sampel 32 responden.

Metoda yang digunakan untuk menganalisis data adalah Analisis Deskriptif, Uji Normalitas, Uji Hipotesis yang terdiri dari Koefisien Determinasi (R^2), Uji F, Uji t.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan, Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Budaya organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi. Kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang tidak signifikan (berpengaruh kecil) terhadap Motivasi. Pengaruh tidak langsung budaya organisasi terhadap motivasi melalui kepuasan kerja lebih kecil dibanding pengaruh langsung budaya organisasi terhadap motivasi, Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja tidak mampu menjadi variabel intervening antara budaya organisasi terhadap motivasi.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, Kepuasan Kerja, Motivasi

Abstract

This research is to know how far the relationship between organizational culture to employee motivation with job satisfaction as intervening variable in performing daily tasks. Data type is primary data. Methods of data collection using questionnaires tested by instrument test on the level of validity and reliability. Respondents of SMK NU Kunduran Blora staff with a total sample of 32 respondents.

The method used to analyze the data is Descriptive Analysis, Normality Test, Hypothesis Test consisting of Coefficient of Determination (R^2), Test F, Test t.

Based on the results of data processing and analysis has been done, organizational culture has a positive and significant impact on job satisfaction. Organizational culture has a significant influence on motivation. Job satisfaction has an insignificant influence (small effect) on Motivation. The indirect effect of organizational culture on motivation through job satisfaction is smaller than the direct influence of organizational culture on motivation. This shows that job satisfaction is not able to be an intervening variable between organizational culture and motivation.

Keywords: Organizational Culture, Job Satisfaction, Motivatio

PENDAHULUAN

Pemerintah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 yang kemudian dirubah dengan Peraturan pemerintah Nomor 32 tahun 2013 tentang Standar nasional Pendidikan menyatakan bahwa penyelenggaraan setiap satuan pendidikan harus mengacu pada standar mutu pendidikan, yaitu : Standar isi, Standar Proses, Standar penilaian pendidikan, Standar pendidik dan tenaga kependidikan, Standar sarana dan prasarana, Standar pengelolaan dan Standar pembiayaan. Sumber daya manusia baik tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan di SMK NU Kunduran Blora harus terus ditingkatkan motivasinya agar kinerja mereka bisa memenuhi dan sesuai dengan Standar Nasional Pendidikan.

Beberapa faktor yang dapat memicu karyawan untuk memiliki kinerja yang baik antara lain tingkat ketrampilan, kompetensi yang dimiliki, motivasi, kepemimpinan, kepercayaan tim, kompensasi dan budaya organisasi (Amstrong dan Baron, 1998).

Budaya organisasi mempunyai peran terhadap kinerja, Budaya perusahaan adalah keyakinan dan nilai bersama yang memberikan makna bagi anggota sebuah institusi dan menjadikan keyakinan dan nilai tersebut sebagai aturan/pedoman berperilaku di dalam organisasi (Sobirin, 2009:127)

Motivasi salah satu cara untuk dapat meningkatkan kinerja pegawai, karena jika pegawai yang memiliki tingkat kemampuan yang sesuai dan didorong oleh kuatnya motivasi kerja akan dapat melaksanakan pekerjaan yang sesuai dengan tanggung jawabnya. Motivasi pegawai di SMK NU Kunduran Blora untuk peningkatan kinerja terlihat dari hasil pekerjaan yang mereka lakukan belum maksimal.

Salah satu pemicu motivasi untuk tingkat produktivitas yang tinggi dapat dilihat dari kepuasan kerja setiap karyawan. Kepuasan kerja adalah sikap umum seorang individu yang merujuk pada pekerjaannya, Robbins (2008:179). Pada dasarnya kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual. Oleh karena bersifat individu, sehingga semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu tersebut, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan, dan demikian juga sebaliknya. Pelaksanaan peningkatan produktivitas ini diperlukan dukungan dari sumber daya manusia yang handal, berkemampuan dan berketrampilan tinggi, sadar akan peran yang harus dimainkan

serta memiliki kepuasan kerja yang tinggi dalam menjalankan tugas.

Pada kenyataannya masih ada pegawai yang telah bekerja menampilkan motivasi kerja yang rendah, tidak disiplin. Selain itu banyak pula pegawai yang merasa tidak sesuai atau tidak menyenangi pekerjaannya karena berbagai macam hal baik yang berasal dari dalam dirinya maupun dari lingkungan kerjanya. Agar terjadi peningkatan kinerja pegawai baik tenaga pendidik maupun tenaga administrasi dalam menjalankan tugas perlu ditingkatkan melalui kepuasan kerja pegawai.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul Analisa Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Di SMK NU Kunduran Blora.

KAJIAN PUSTAKA

Budaya Organisasi

Budaya organisasi adalah apa yang karyawan rasakan dan bagaimana persepsi ini menciptakan suatu pola teladan kepercayaan, nilai-nilai, dan harapan (Rivai, 2012:256).

Menurut Robbins, Budaya organisasi adalah sebuah sistem makna bersama yang dianut oleh para anggota yang membedakan suatu organisasi dengan organisasi lainnya. Fungsi Budaya menurut Robbins (2008: 262) adalah mempunyai penentu batas-batas artinya budaya menciptakan perbedaan antara organisasi yang satu dengan lainnya, memuat rasa identitas anggota organisasi, budaya memfasilitasi lahirnya komitmen terhadap sesuatu yang lebih besar daripada kepentingan individu, budaya meningkatkan stabilitas sistem sosial, budaya adalah perekat sosial yang membantu menyatukan organisasi dengan cara menyediakan standar mengenai apa yang sebaiknya dikatakan dan dilakukan karyawan, budaya bertindak sebagai *sense-making* dan mekanisme kontrol yang membimbing dan membentuk sikap dan perilaku pekerja.

Alexander Monte Christo dan Edy Rahardjo (2016) mengemukakan bahwa budaya organisasi mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi, semakin karyawan dapat cocok dengan budaya organisasi maka karyawan akan semakin termotivasi dalam bekerja. Ahmad Shalahuddin (2014) menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja, Dian Rakasiwi dan Ken Sudarti (2016) Budaya organisasi dan komitmen juga memiliki pengaruh terhadap motivasi.

Stanley Davis dalam Sobirin (2009:127) mengatakan bahwa budaya perusahaan adalah keyakinan dan nilai bersama yang memberikan makna bagi anggota sebuah institusi dan menjadikan keyakinan dan nilai tersebut sebagai aturan/pedoman berperilaku di dalam organisasi.

Indikator dari budaya organisasi menurut Robbins, (2008:256) adalah :

1. Inovasi
2. Berani mengambil resiko
3. Orientasi hasil
4. Orientasi orang
5. Keagresifan
6. Stabilitas

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah sikap umum seorang individu yang merujuk pada pekerjaannya (Robbins, 2008). Karyawan adalah pelaku-pelaku dari dalam organisasi yang berperan dalam mewujudkan tujuan organisasi. Karyawan yang berperan dalam mewujudkan tujuan organisasi mempunyai pikiran, perasaan dan keinginan yang dapat mempengaruhi sikap-sikapnya terhadap pekerjaannya. Sikap ini menentukan dedikasi, kinerja dan kecintaan terhadap pekerjaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi hasil kerja karyawan. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi menunjukkan sikap yang positif terhadap pekerjaannya, sebaliknya seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya menunjukkan sikap yang negatif terhadap pekerjaannya (Robbins, 2008:187).

Handoko (2014) menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dimana para karyawan memandang pekerjaan mereka.

Menurut Mada adi wibowo (2016) menyatakan bahwa kepuasan kerja menjadi variable yang memediasi antara budaya organisasi terhadap kinerja karyawan artinya bahwa pelaksanaan budaya organisasi yang baik akan menumbuhkan rasa puas para karyawan ketika bekerja dan rasa puas akan menciptakan kinerja yang baik. Fadila Maya Sari (2009) mengatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja, kepuasan kerja secara langsung mempengaruhi kinerja secara positif dan signifikan. Widyanto Eko Susetyo, Amiartuti K dan Hendro Tjahjono (2014) Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja, kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Indikator dari kepuasan kerja menurut Robbins, (2008:256) adalah

1. Kerja yang secara mental menantang,

2. Ganjaran yang pantas
3. Kondisi kerja yang mendukung
4. Rekan sekerja yang mendukung
5. Kesesuaian antara kepribadian dan pekerjaan

Motivasi

Motivasi adalah apa yang menggerakkan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu atau sekurang-kurangnya mengembangkan suatu kecenderungan perilaku tertentu (Kast Fremont, 2007). Menurut Robbin Stenphen (2008:222) Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Handoko Hani T (2011:251) Motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan dan memelihara perilaku manusia. Menurut Mathis L Robert, John H Jackson (2001:89) mengatakan bahwa motivasi adalah hasrat di dalam seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan tindakan.

Menurut Frederick Herzberg dalam Robbins (2008:227) Teori motivasi yaitu Teori dua faktor (*two-factor theory*) adalah teori yang menghubungkan faktor-faktor intrinsik dengan kepuasan kerja, sementara mengaitkan factor-faktor ekstrinsik dengan ketidakpuasan kerja.

Frederick Herzberg mengembangkan teori hierarki kebutuhan Maslow menjadi teori dua faktor tentang motivasi. Dua faktor itu dinamakan faktor pemuas (*motivation factor*) yang disebut dengan *satisfier* atau *intrinsic motivation* dan faktor pemeliharaan (*maintenance factor*) yang disebut dengan *disastifier* atau *extrinsic motivation*.

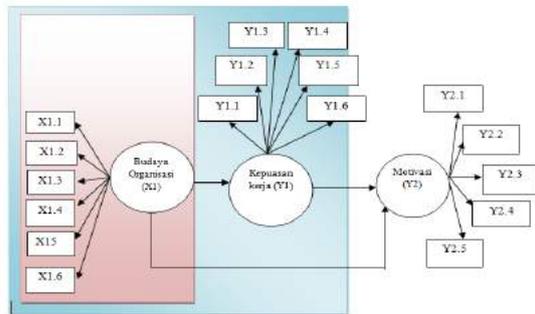
Menurut Frederick Herzberg dalam Sulistiyani (2008:175) Faktor pemuas yang disebut juga motivator yang merupakan faktor pendorong seseorang untuk berprestasi yang bersumber dari dalam diri seseorang tersebut (*condition intrinsic*). Evi Teja Kusumah dan Suharmono (2015) mengatakan bahwa Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi, ada pengaruh positif budaya organisasi terhadap kinerja melalui motivasi sebagai variable intervening. H. Teman Koesmono (2005) mengemukakan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap motivasi dan kepuasan kerja serta kinerja pada karyawan industri skala menengah.

Indikator dari motivasi menurut Frederick Herzberg, adalah

1. Prestasi yang diraih (*achievement*)
2. Pengakuan orang lain (*recognition*)
3. Tanggungjawab (*responsibility*)
4. Peluang untuk maju (*advancement*)

5. Kepuasan kerja itu sendiri (*the work itself*)
6. Kemungkinan pengembangan karier (*the possibility of growth*)

Berdasarkan dasar-dasar teori dan tinjauan pustaka budaya organisasi, terhadap motivasi dengan kepuasan kerja sebagai variable intervening, maka ditentukan model penelitian seperti dalam gambar 1



Gambar 1 Kerangka pikir penelitian

Beberapa hipotesis dapat disusun sebagai berikut :

- Hipotesis 1 : Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja
- Hipotesis 2 : Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi
- Hipotesis 3 : Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi
- Hipotesis 4 : Budaya organisasi, berpengaruh terhadap motivasi dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian menggunakan data primer, metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi adalah kuesioner

Pedoman untuk pengukuran semua variabel dengan menggunakan skala Likert yaitu skala untuk mendapatkan data mengenai bobot setiap jawaban yang diberikan oleh responden (Wiyono Gendro 2011:96) Skala ini menggunakan lima alternative jawaban berjenjang. Kategori dari masing-masing jawaban dengan suatu kriteria sebagai berikut : Kategori jawaban yang Sangat Setuju (SS) diberi skor 5 (lima), Kategori yang Setuju (S) diberi skor 4 (empat), Kategori yang Netral (N) diberi skor 3 (tiga), Kategori yang Tidak Setuju (TS) diberi skor 2 (dua), Kategori yang Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1 (satu).

Subyek penelitian ini adalah pegawai di SMK NU Kunduran Blora Jawa Tengah, sedang yang menjadi obyek penelitian ini adalah budaya organisasi, kepuasan kerja dan motivasi pegawai SMK NU Kunduran Blora Jawa Tengah.

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran Uma, 2006:121). Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai di SMK NU Kunduran Blora Jawa Tengah. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sensus (Indriantoro dan Supomo,2009:117) artinya menginvestigasi seluruh elemen populasi jika elemen-elemen populasi relatif sedikit dan variabilitas setiap elemen relatif tinggi. Data penelitian sebanyak 32 pegawai di SMK NU Kunduran Blora Jawa Tengah.

Variabel Penelitian terdiri dari *Independent Variable* / Variabel Bebas (Budaya Organisasi = X1) dan *Dependent Variable* / Variabel Terikat (Kepuasan kerja= Y1, Motivasi = Y2)

Uji Instrument, Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data yaitu validitas dan Reliabilitas, artinya suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika datanya kurang reliable dan kurang valid (Indriantoro Nur, 2009:181)

Alat Analisa Data dalam penelitian ini analisis yang dilakukan dengan menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Normalitas, Uji Hipotesis yang terdiri dari Koefisien Determinasi (R²), Uji F, Uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI INSTRUMENT

- a. Uji Instrument Variabel Budaya Organisasi
Variabel Budaya organisasi diukur dengan menggunakan 14 butir pernyataan, yang hasil uji validitas dan reliabilitasnya disajikan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Akhir Uji Validitas dan Realibilitas variabel Budaya Organisasi (X1)

Butir	R	Sig	Ket.
1	0,422	0,020	Valid
2	0,665	0,000	Valid
3	0,665	0,000	Valid
4	0,465	0,010	Valid
5	0,422	0,020	Valid
6	0,508	0,004	Valid
7	0,482	0,007	Valid
8	0,508	0,004	Valid
9	0,542	0,002	Valid
10	0,508	0,004	Valid

11	0,698	0,000	Valid
12	0,466	0,009	Valid
13	0,393	0,032	Valid
14	0,698	0,000	Valid
Reliabilitas	0,809		Reliabel

Sumber : data primer, diolah 2016

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua pertanyaan valid karena semua butir mempunyai korelasi dengan taraf signifikansi $< 0,05$, Untuk uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach $> 0,6$, sehingga butir pengukur variabel budaya organisasi dinyatakan reliabel.

b. Variabel Kepuasan Kerja

Variabel kepuasan kerja diukur dengan menggunakan 13 butir pernyataan, yang hasil uji validitas dan reliabilitasnya disajikan pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Akhir Uji Validitas dan Realibilitas variabel Kepuasan Kerja (Y1)

Butir	R	Sig	Ket.
1	0,466	0,009	Valid
2	0,592	0,001	Valid
3	0,691	0,000	Valid
4	0,812	0,000	Valid
5	0,559	0,001	Valid
6	0,734	0,000	Valid
7	0,496	0,005	Valid
8	0,748	0,000	Valid
9	0,701	0,000	Valid
10	0,469	0,009	Valid
11	0,731	0,000	Valid
12	0,564	0,001	Valid
13	0,388	0,034	Valid
Reliabilitas	0,853		Reliabel

Sumber : data primer, diolah 2016

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua pertanyaan valid karena semua butir mempunyai korelasi dengan taraf signifikansi $< 0,05$, Untuk uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach $> 0,6$, sehingga butir pengukur variabel kepuasan kerja dinyatakan reliabel.

c. Variabel Motivasi

Variabel Motivasi diukur dengan menggunakan 14 butir pernyataan, yang hasil uji validitas dan reliabilitasnya disajikan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Akhir Uji Validitas dan Realibilitas variabel Motivasi (Y2)

Butir	R	Sig	Ket.
1	0,724	0,000	Valid
2	0,437	0,016	Valid
3	0,671	0,000	Valid
4	0,724	0,000	Valid
5	0,762	0,000	Valid
6	0,518	0,003	Valid
7	0,535	0,002	Valid
8	0,768	0,000	Valid
9	0,623	0,000	Valid
10	0,568	0,001	Valid
11	0,623	0,000	Valid
12	0,479	0,007	Valid
13	0,681	0,000	Valid
14	0,617	0,000	Valid
Reliabilitas	0,865		Reliabel

Sumber : data primer, diolah 2016

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua pertanyaan valid karena semua butir mempunyai korelasi dengan taraf signifikansi $< 0,05$, Untuk uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach $> 0,6$, sehingga butir pengukur variabel motivasi dinyatakan reliabel.

ANALISIS DATA

1. Analisis Deskriptif

a. Deskriptif Variabel Budaya Organisasi

Variabel budaya organisasi mempunyai 14 butir pernyataan, dengan demikian skor total maksimum adalah 70 dan total skor minimum adalah 14, sehingga diperoleh interval sebagai berikut: Interval = (Skor tertinggi – Skor terendah) / Jumlah Kategori
 $= (70 - 14) / 5$
 $= 11,2$ dibulatkan 11

Hasil tabulasi data dari variabel budaya organisasi selanjutnya dikategorikan sebagaimana tabel 4 berikut :

Tabel 4 Kategori Variabel Budaya Organisasi

Interval	Kategori	Frek.	(%)
14- 25	Sangat Tidak Baik	0	0,00
>25 – 36	Tidak Baik	0	0,00
>36 – 47	Biasa	0	0,00
>47 – 58	Baik	20	66,67

>58 – 70	Sangat Baik	10	33,3 3
	JUMLAH	30	100

Dari Tabel 4 tersebut di atas dapat diketahui bahwa budaya organisasi pada SMK NU Kunduran Blora termasuk kategori baik.

b. Deskriptif Variabel Kepuasan Kerja

Variabel kepuasan kerja mempunyai 13 butir pernyataan, dengan demikian skor total maksimum adalah 65 dan total skor minimum adalah 13, sehingga diperoleh interval sebagai berikut: Interval = (Skor tertinggi – Skor terendah) / Jumlah Kategori

$$= (65 - 13) / 5 \\ = 10,4 \text{ dibulatkan } 11$$

Hasil tabulasi data dari variabel kepuasan kerja selanjutnya dikategorikan sebagaimana tabel 5 berikut :

Tabel 5. Kategori Variabel Kepuasan Kerja

Interval	Kategori	Frek.	(%)
13 – 24	Sangat Rendah	0	0,00
>24 – 35	Rendah	0	0,00
>35 – 46	Cukup	2	6,67
>46 – 57	Tinggi	23	76,67
>57 – 68	Sangat Tinggi	5	16,67
	JUMLAH	30	

Dari Tabel 5 tersebut diatas dapat diketahui bahwa kepuasan kerja pegawai di SMK NU Kunduran Bloran termasuk kategori tinggi.

c. Deskriptif Variabel Motivasi

Variabel Motivasi mempunyai 14 butir pernyataan, dengan demikian skor total maksimum adalah 70 dan total skor minimum adalah 14, sehingga diperoleh interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) / \text{Jumlah Kategori} \\ = (70 - 14) / 5 \\ = 11,2 \text{ dibulatkan } 11$$

Hasil tabulasi data dari variabel motivasi selanjutnya dikategorikan sebagaimana Tabel 6 berikut :

Tabel 6 Kategori Variabel Motivasi

Interval	Kategori	Frek.	(%)
14- 25	Sangat Rendah	0	0,00
>25 – 36	Rendah	0	0,00
>36 – 47	Cukup	0	0,00
>47 – 58	Tinggi	25	83,3 3

>58 – 70	Sangat Tinggi	5	16,6 7
	JUMLAH	30	100

Dari Tabel 6 tersebut diatas dapat diketahui bahwa motivasi pegawai di SMK NU Kunduran Blora termasuk kategori tinggi.

2. Uji Normalitas

Hasil uji dengan komogorov-Smirnov sebagaimana Tabel 7 diketahui bahwa semua variabel budaya mempunyai nilai tingkat signifikan > 0,05, artinya variabel budaya berdistribusi normal sedang variabel kepuasan dan variabel motivasi mempunyai nilai tingkat signifikan < 0,05 artinya variabel berdistribusi tidak normal.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Keterangan
Budaya organisasi	0,053	Normal
Kepuasan kerja	0,011	Tidak Normal
Motivasi	0,011	Tidak Normal

3. Uji Hipotesis

Teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel adalah teknik statistik regresi linear berganda dengan alat bantu software SPSS. Hasil secara lengkap analisis sebagai berikut :

a. Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi Sub I

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.344 ^a	.118	.087	4.276

a. Predictors: (Constant), BUDAYA

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Dari analisis pada tabel 8, R Square (R^2) sebesar 0.118, hal ini menunjukkan pengaruh budaya organisasi (X1) terhadap kepuasan kerja (Y1) pegawai SMK NU Kunduran Blora sebesar 11,8%, sedangkan 87,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi Sub II

Model				
Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.405	3.421

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, BUDAYA

b. Dependent Variable: MOTIVASI

Dari analisis pada tabel 9, R Square (R^2) sebesar 0.446, hal ini menunjukkan pengaruh budaya organisasi (X_1) dan kepuasan kerja (Y_1) terhadap motivasi (Y_2) pegawai SMK NU Kunduran Blora sebesar 44,6%, sedangkan 55,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

- b. Uji F.
Pengaruh Budaya Organisasi (X_1), Kepuasan kerja (Y_1) terhadap Motivasi (Y_2) secara bersama sama

Tabel 10. Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	253.925	2	126.963	10.850	.000 ^a
Residual	315.942	27	11.702		
Total	569.867	29			

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, BUDAYA

b. Dependent Variable: MOTIVASI

Dari hasil uji ANOVA / bersama sama, diperoleh nilai F sebesar 10,850 dengan tingkat Signifikansi 0,000. Dengan nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama sama budaya organisasi (X_1) dan kepuasan kerja (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap Motivasi pegawai SMK NU Kunduran Blora.

- c. Uji t
Nilai T-tabel pada $\alpha = 0.05$ uji satu arah dng db=30 adalah 1.6973 ($db=N-k-1$) db merupakan derajat bebas, N merupakan jumlah sampel, k adalah jumlah variabel bebas, $30 = 32 - 1 - 1$.

Tabel 11 Uji t Struktur I Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30.407	10.815		2.811	.009
BUDAYA	.373	.192	.344	1.940	.063

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Dari hasil analisis pada tabel 11 diketahui bahwa variabel budaya organisasi (X_1) mempunyai nilai t sebesar 1,940 dengan tingkat signifikan 0,063. besarnya nilai t-hitung > t-tabel, $1,940 > 1.6973$ Hal ini menyatakan bahwa budaya organisasi (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja (Y_1) pegawai SMK NU Kunduran Blora.

Tabel 12 Uji t Struktur II

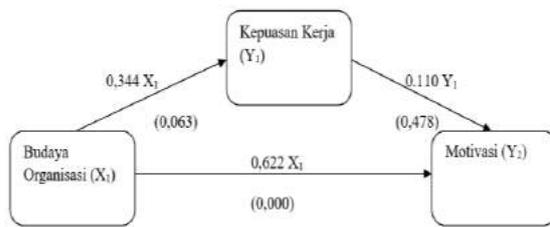
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.036	9.798		1.126	.270
BUDAYA	.668	.164	.622	4.073	.000
KEPUASAN	.109	.151	.110	.720	.478

a. Dependent Variable: MOTIVASI

Dari hasil analisis pada tabel 12 diketahui bahwa variabel budaya organisasi (X_1) mempunyai nilai t sebesar 4,073 dengan tingkat signifikan 0,000. besarnya nilai t-hitung > t-tabel, $4,073 > 1.6973$ Hal ini menyatakan bahwa budaya organisasi (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi (Y_2) pegawai SMK NU Kunduran Blora, Sedangkan variabel kepuasan kerja (Y_1) mempunyai nilai t sebesar 0,720 dengan tingkat signifikan 0,478. besarnya nilai t-hitung < t-tabel, $0,478 < 1.6973$ Hal ini menyatakan bahwa kepuasan kerja (Y_1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Motivasi (Y_2) pegawai SMK NU Kunduran Blora

Diagram Jalur dapat dibuat berdasarkan analisis Regresi Linear Berganda pada tabel 11 dan 12, Diagram jalur seperti terlihat pada gambar 2 sebagai berikut :



Gambar 2 Analisa Diagram jalur

Berdasarkan diagram jalur maka dapat dibuat analisa jalur Budaya Organisasi terhadap motivasi melalui Kepuasan Kerja sebagai berikut :

- Pengaruh langsung budaya organisasi terhadap motivasi adalah positif sebesar 0,622 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi.
- Pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja sebesar 0,344 dan pengaruh kepuasan kerja terhadap motivasi sebesar 0,110, dengan demikian pengaruh tidak langsung budaya organisasi terhadap motivasi melalui kepuasan kerja sebesar $0,344 \times 0,110 = 0,0378$.

Dari perhitungan tersebut menunjukkan pengaruh tidak langsung budaya organisasi terhadap motivasi melalui kepuasan kerja lebih kecil dibanding pengaruh langsung budaya organisasi terhadap motivasi, $0,0378 < 0,622$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja tidak mampu menjadi variabel intervening antara budaya organisasi terhadap motivasi.

Hasil pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1 menyatakan bahwa Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Pada tabel 11 dapat diketahui bahwa variabel budaya organisasi (X_1) mempunyai nilai t sebesar 1,940 dengan tingkat signifikan 0,063. besarnya nilai t-hitung $>$ t-tabel, $1,940 > 1,6973$ Hal ini menyatakan bahwa budaya organisasi (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja (Y_1) pegawai SMK

NU Kunduran Blora jadi hipotesis 1 diterima.

Hipotesis 2 menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Pada tabel 12 dapat diketahui bahwa variabel budaya organisasi (X_1) mempunyai nilai t sebesar 0,720 dengan tingkat signifikan 0,000. besarnya nilai t-hitung $>$ t-tabel, $0,720 > 0,000$ Hal ini menyatakan bahwa budaya organisasi (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi (Y_1) pegawai SMK NU Kunduran Blora jadi hipotesis 2 diterima.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Pada tabel 12 diketahui bahwa variabel kepuasan kerja (Y_1) mempunyai nilai t sebesar 0,720 dengan tingkat signifikan 0,478. besarnya nilai t-hitung $<$ t-tabel, $0,478 < 1,6973$ Hal ini menyatakan bahwa kepuasan kerja (Y_1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan (berpengaruh kecil) terhadap Motivasi (Y_2) pegawai SMK NU Kunduran Blora jadi hipotesis 2 ditolak.

Hipotesis 4 Budaya organisasi, berpengaruh terhadap motivasi dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. Berdasarkan analisa jalur diketahui bahwa Pengaruh tidak langsung budaya organisasi terhadap motivasi melalui kepuasan kerja lebih kecil dibanding pengaruh langsung budaya organisasi terhadap motivasi, $0,0378 < 0,622$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja tidak mampu menjadi variabel intervening antara budaya organisasi terhadap motivasi.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa simpulan bahwa Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Budaya organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi. Kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang tidak signifikan (berpengaruh kecil) terhadap Motivasi. Pengaruh tidak langsung budaya organisasi terhadap motivasi melalui kepuasan

kerja lebih kecil dibanding pengaruh langsung budaya organisasi terhadap motivasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja tidak mampu menjadi variabel intervening antara budaya organisasi terhadap motivasi.

REFERENSI

- Ahmad Shalahudin, 2014, Pengaruh Kompensasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Perantara, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 7. No.1. April 201, <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/viewFile/2685/1951>;
- Alexander Monte Christo, Edy Rahardjo, 2016, Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan. Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan . Motivasi Sebagai Variabel Intervening. (Studi Kasus pada PT. LG Bagian Penjualan Indonesia Semarang), *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* 13 (2016) Desember, <http://ejournal.undip.ac.id/index.php>;
- Amrstrong, M., dan Baron, 1998, *Performance Management : The New Realities*. London : Institute of Personnel and Development;
- Dian Rakasiwi dan Ken Sudarti, 2016, **Optimalisasi Kinerja Sdm Melalui Budaya Organisasi Dan Komitmen Serta Motivasi**, *Jurnal EKOBIS* vol 17 No. 2 Juli 2016, <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/viewFile/1330/1031>;
- Etty Indriyani, Wisnu Haryanto Petrus Christologus, 2011, Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening , *STIE AUB Surakarta*, <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php>;
- Evi Teja Kusumah dan Suharmono, 2015, Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja dengan Motivasi sebagai Variabel Intervening, *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 4 Nomor 3, Tahu 2015, ISSN: 2337-3792, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>;
- Fadila Maya Sari, 2009, Pengaruh Kepemimpinan, BUdaya Organisasi, Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/14146>;
- Handoko, Hani T, 2011, *Manajemen*, Edisi 2, Yogyakarta, BPFE;
- H. Teman Koesmono, 2005, Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Di Jawa Timur, <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/download/16362/1635>;
- Indriantoro Nur, Bambang Supomo, 2009, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, Edisi Pertama, Yogyakarta, BPFE;
- Kast, Fremont & James E. Rosenzweig, 2007, *Organisasi & Manajemen*, Buku 1, Edisi Keempat, Jakarta, Bumi Aksara;
- Mada adi wibowo, 2016, Pengaruh Motivasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja serta Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Umum (RSU) Salatiga, *Among Makarti* Vol.9 No.17 Juli 2016;
- Mathis L Robert dan John H. Jackson, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Buku 2, Jakarta, Salemba Empat;
- Robbins, Stephen P & Timothy A. Judge, 2008, *Perilaku Organisasi*, Buku 1, Edisi 12, Jakarta, Salemba Empat;
- Rivai Veithazal dan Deddy Mulyadi, (2012), *Kepemimpinan dan perilaku Organisasi*, Edisi ketiga, Jakarta, Rajawali Pers;
- Octaviana Nur, 2011, *Repository.upnyk.ac.id.. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan (Pada Pt. Mirota Kampus Di Yogyakarta)*. Other Thesis,

UPN "Veteran" Yogyakarta,
Repository.upnyk.ac.id.

Sobirin, Achmad (2009), *Budaya Organisasi Pengertian, Makna dan Aplikasinya dalam kehidupan organisasi*, Edisi 2, Yogyakarta, UPP STIM YKPN;

Widyanto Eko Susetyo, Amiartuti K dan Hendro Tjahjono, 2014, *Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan pada PT Bank Muamalat Indonesia Divisi Konsumer Area Cabang Surabaya*, *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Apeil 2014, Vol. 1 No. 1;

Winardi, 2011. *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada;

Wiyono Gendro, 2012, *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*, Yogyakarta, UPP STIM YKPN;



UPAJIWA

Jurnal Online Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daerah Rakyat

PRODI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
upajiwa_mm@ustjogja.ac.id

e-ISSN: 2579-535X
p-ISSN: 2641-0853

jurnalfe.ustjogja.ac.id

PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, KEMENARIKAN *POSTING MESSAGES*, DAYA TANGGAP PELAYANAN TERHADAP SIKAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE SHOP* DI INSTAGRAM

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Yogyakarta)

Melawati Nurani¹ dan Henny Welsa²

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

¹melawatinurani25@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to test the Effect of Ease In Access, Attraction Post Messages, Responsiveness of Customer Service Against Consumer Attitude On Decision Purchase Online Shop in Instagram. The population is yogyakarta students who buy online product shop instagram less than 3 months. The sample used 100 students. Analytical techniques using multiple analysis techniques supported by the T test and Coefficient Determination test with the help of SPSS program for windows 16.0. The results showed that ease of access has a positive and significant influence on consumer attitudes. The attractiveness of posting messages has a positive and insignificant effect on consumer attitudes. Responsiveness of service has a positive and significant impact on consumer attitudes. Consumer attitudes have a positive and significant influence on purchasing decisions. Ease of access has a negative and insignificant effect on purchasing decisions. The attractiveness of posting messages has a positive and significant influence on purchasing decisions. Service responsiveness has a positive and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: ease of access, attractiveness of message post, service responsiveness, consumer attitude, purchasing decision

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh Kemudahan Dalam Akses, Kemenarikan *Posting Messages*, Daya Tanggap Pelayanan Terhadap Sikap Konsumen Pada Keputusan Pembelian *Online Shop* di Instagram. Populasinya adalah mahasiswa yogyakarta yang membeli produk *online shop* instagram kurang dari 3 bulan. Sampel penelitian menggunakan 100 mahasiswa. Teknik analisisnya menggunakan teknik analisis berganda yang didukung dengan uji T dan uji Koefisien Determinasi dengan bantuan program SPSS for windows 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dalam akses mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Kemenarikan *posting message* mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap sikap konsumen. Daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Sikap konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudahan dalam akses mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemenarikan *posting message* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kemudahan dalam akses, kemenarikan posting message, daya tanggap pelayanan, sikap konsumen, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Dunia saat ini sedang memasuki era globalisasi, dimana terjadinya kebebasan arus informasi, komunikasi dan perdagangan yang tak lagi mengenal batas. Didukung dengan kecepatan teknologi yang berkembang kian pesat, dampak globalisasi mulai mengubah gaya hidup dan cara berpikir masyarakat, termasuk masyarakat Indonesia. Menurut Holmes (2005), teknologi informasi telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan mempengaruhi banyak aspek dalam masyarakat dari berbagai sisi, baik dari sisi perdagangan, sosial, ekonomi dan komunikasi. Masyarakat modern yang akrab dengan teknologi dalam kesehariannya, membawa implikasi dari keberadaan teknologi itu sendiri yang dewasa ini telah merubah banyak hal dalam kehidupan masyarakat. Salah satu perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang paling terlihat adalah penggunaan internet. Internet berperan dalam globalisasi komunikasi karena dengan kemudahan yang diberikan oleh internet, telah membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi, baik dalam negeri maupun luar negeri (Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, R., 2011).

Menurut Paquette (2013), pemasar dan peritel *online* dapat memanfaatkan situs jejaring sosial untuk menjangkau konsumen dengan menawarkan cara baru untuk berbelanja. Salah satu situs jejaring sosial yang populer dijadikan sebagai media untuk berbisnis *online* adalah Instagram. Instagram merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna mengambil foto/video, menerapkan filter *digital*, dan membagikan foto/video di akun yang dimiliki. Aplikasi Instagram pun telah diunduh lebih dari 1 miliar kali di seluruh dunia. Berbagai fitur ditawarkan oleh Instagram, yang berguna untuk memudahkan pengguna Instagram, seperti *commenting & liking, tagging, image tools, image subjects*, juga *search & explore*. Didukung dengan adanya fitur-fitur tersebut, Kunto (2016) menyatakan bahwa

71 persen pengguna Instagram di Indonesia mengakses akun Instagram yang dimiliki setiap memiliki waktu luang, dan 12 persen melakukan hal tersebut sedikitnya 1 kali setiap jam. Pengguna Instagram di Indonesia pun cukup besar, yaitu sebanyak 32 persen dari total penduduk Indonesia atau sekitar 80 juta pengguna (Wijaya, 2016). Dengan jumlah pengguna Instagram yang sedemikian besar, pemasaran produk maupun jasa melalui Instagram akan mempermudah pemasar dalam memasarkan produk/jasa yang akan dijual, mempermudah komunikasi dengan konsumen, serta menurunkan biaya operasional perusahaan (Pratama, 2015).

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kemudahan dalam Akses

Davis (2000) kemudahan dalam akses adalah kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem akan terbebas dari usaha. Intensitas penggunaan dan interaksi antar user dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Suatu sistem online yang lebih sering digunakan dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh *user*. Igrbaria (2000) menyatakan bahwa persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Indikator kemudahan dalam akses menurut Davis (2000) adalah *Clear and Understandable, Does not require a lot of mental effort*, Sistem mudah digunakan, dan mudah dioperasikan.

Kemenarikan *Posting Messages*

Menurut Adi (2013) Sama halnya dengan iklan, *posting message* dapat dikatakan menarik, apabila isi *message* tersebut memiliki kemampuan untuk menarik pasar sasaran dan mampu menarik minat atau *follower* dalam akun tersebut untuk sekedar berkomentar atau meretweet komentar tersebut, biasanya konten

berupa berita, informasi atau tips-tips yang bermanfaat yang dapat memunculkan interaksi antar teman atau anggota yang mengikuti *account* tersebut. Menurut Lin dan Huang (2006) Kemerarikan *Posting Message* adalah Photo-photo yang menarik dan pesan yang mampu menginspirasi dapat mempengaruhi sikap pengunjung web untuk menyukai web tersebut, dan membuat jumlah pengunjung suatu web bertambah. Indikator Kemerarikan *Posting Message* menurut Lin dan Huang, (2006) adalah Bahasa yang menarik, mengunggah informasi terkini, photo produk menarik.

Daya Tanggap Pelayanan

Menurut Zeitham, Berry, dan Parasuratman dalam (Tjiptono, 2008) daya tangkap (*responsiveness*) yaitu kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan dengan segera. Apabila konsumen senang dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau toko maka konsumen tersebut pasti akan memiliki persepsi yang baik terhadap toko atau perusahaan tersebut. Hal tersebut tentunya akan membuat konsumen mau untuk membeli produk di toko tersebut. Indikator daya tangkap pelayanan menurut Zeitham, Berry, dan Parasuratman dalam (Tjiptono, 2008) adalah ketanggapan dan ketersediaan.

Sikap Konsumen

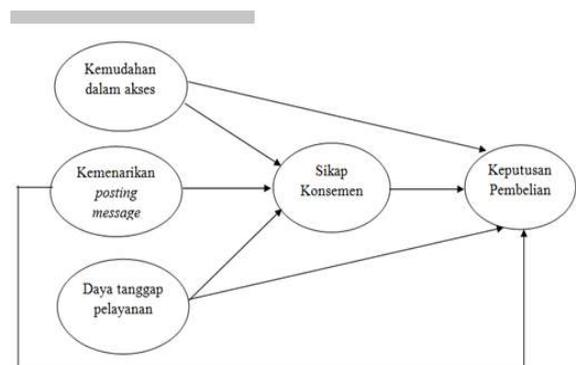
Menurut Kothler dan Amstrong, (1995) sikap adalah evaluasi, perasaan, kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan seseorang kedalam satu pikiran menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekati atau menjauhi sesuatu. Menurut Setiadi (2003) sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologi kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen. Menurut Kothler dan Amstrong (1995), indikator sikap konsumen meliputi *cognitive component*, *affective component*, dan *behavioral component*.

Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler, (2009) Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2000) keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Menurut Philip Kotler (2009), indikator keputusan pembelian meliputi kemantapan, kebiasaan, rekomendasi, dan pembelian ulang.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian menggambarkan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan dasar landasan teori dan hipotesis penelitian serta dasar penelitian yang dilakukan terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran penelitian seperti yang disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kemudahan dalam akses Terhadap sikap konsumen

Davis (2000) mendefinisikan kemudahan (*ease of use*) sebagai Kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem akan terbebas dari usaha. Intensitas penggunaan dan interaksi antar user dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Suatu sistem online yang lebih sering digunakan dapat

menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh *user*.

Penelitian lainnya yaitu dengan judul *Consumers Decision to Shop Online: The moderating Role of Positive Informational Social Influence*. Mathew K.O Lee, et al (2011). Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *consumers attitude*. Variabel independen dalam penelitian tersebut adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, sedangkan variabel dependennya *consumers attitude* dan *behavioral intention*. Hasil penelitian menyebutkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen. Berdasarkan penelitian-penelitian dahulu dapat dikatakan bahwa kemudahan dalam akses memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah.

H1: Semakin tinggi kemudahan dalam akses *online shop* instagram, semakin meningkatkan sikap konsumen pada mahasiswa yogyakarta

Pengaruh Kemerarikan *posting messages* Terhadap sikap konsumen

Menurut Adi, (2013) Sama halnya dengan iklan, *posting message* dapat dikatakan menarik, apabila isi *message* tersebut memiliki kemampuan untuk menarik pasar sasaran dan mampu menarik minat atau *follower* dalam akun tersebut untuk sekedar berkomentar atau meretweet komentar tersebut, biasanya konten berupa berita, informasi atau tips-tips yang bermanfaat yang dapat memunculkan interaksi antar teman atau anggota yang mengikuti *account* tersebut.

Dalam penelitian Yun Shan Lin dan jun yin Huang (2006) dengan judul *Internet Blog as a Tourism Marketing Medium: Study Case*, mengungkapkan bahwa photo-photo yang menarik dan pesan yang mampu menginspirasi dapat mempengaruhi sikap pengunjung web untuk menyukai web tersebut, dan membuat membuat jumlah pengunjung suatu web bertambah. Kemerarikan *posting message* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. Dengan demikian hipotesis yang didapat adalah.

H2: Semakin tinggi kemerarikan *posting message online shop* instagram, semakin meningkatkan sikap konsumen pada mahasiswa yogyakarta

Pengaruh Daya Tangkap Pelayanan Terhadap Sikap Konsumen

Menurut Zeitham, Berry, dan Parasuratman dalam (Tjiptono, 2008) Daya tangkap (*responsiveness*) yaitu kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan dengan segera. Apabila konsumen senang dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau toko baik secara *online* maupun *offline* maka konsumen tersebut pasti akan memiliki persepsi yang baik terhadap toko atau perusahaan tersebut. Hal tersebut tentunya akan membuat konsumen mau untuk membeli produk di toko tersebut.

Pada penelitian sebelumnya, Fristy Widya Novita dan Muhadjir Nasir (2012) tentang Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap sikap pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada wetklin cleaning shop, hasil dari penelitian tersebut adalah kualitas pelayanan (daya tangkap pelayanan) berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. Dengan demikian hipotesis yang didapat adalah.

H3: Semakin tinggi daya tangkap pelayanan *online shop* instagram, semakin meningkatkan sikap konsumen pada mahasiswa yogyakarta

Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Kothler dan Amstrong, (1995: 246) sikap adalah evaluasi, perasaan, kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan seseorang kedalam satu pikiran menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekati atau menjauhi sesuatu. Menurut Setiadi (2003) sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologi kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen.

Penelitian Dewi Urip Wahyuni (2008) mengenai Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya barat, dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian-penelitian dahulu dapat dikatakan bahwa sikap konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah.

H4: Semakin tinggi sikap konsumen *online shop* instagram, semakin meningkatkan keputusan pembelian pada mahasiswa yogyakarta

Pengaruh Kemudahan Dalam Akses Terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian Shin Bi (2013) dengan judul penelitian *Proposal of A Research Framework on Consumer Purchasing Decision-Making Model in Online Group Buying*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *interactivity, perceived usefulness, perceived ease of use*, dan *perceived risk*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *purchase decision*. Hasil penelitian menyebutkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Aindrila Biswas, et al (2014) dalam penelitiannya *Leveraging Factors For Online Shopping –A Study in An Emerging Economy*, juga menyebutkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *risk perception, perceived of ease of use* dan *perceived usefulness*. Variabel dependennya yaitu *online shopping*. Berdasarkan penelitian-penelitian dahulu dapat dikatakan bahwa kemudahan dalam akses memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian dan memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah.

H5: Semakin tinggi kemudahan dalam akses *online shop* instagram, meningkatkan keputusan pembelian pada mahasiswa yogyakarta

Pengaruh Kemenarikan *Posting Message* Terhadap Keputusan Pembelian

Pada penelitian sebelumnya Rifqi Nugroho Adi (2013), yaitu penelitian tentang Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order Secara Online hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kemenarikan *posting message* dengan keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis sebagai berikut.

H6: Semakin tinggi kemudahan dalam akses *online shop* instagram, semakin meningkatkan keputusan pembelian pada mahasiswa yogyakarta

Pengaruh Daya Tanggap Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Pada penelitian sebelumnya, yaitu Silfiyah (2009) tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada penelitian Kansil dan Sepang (2014) mengenai kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menggunakan Internet di Warnet Kelurahan Kairagi II, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian-penelitian dahulu dapat dikatakan bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen. Berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin menguji pengaruh daya tanggap terhadap keputusan pembelian. Hipotesis sebagai berikut.

H7: Semakin tinggi daya tanggap pelayanan *online shop* instagram, semakin meningkatkan keputusan pembelian pada mahasiswa yogyakarta

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi pusat perhatian seseorang peneliti

karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Fedinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Yogyakarta yang membeli produk *online shop* melalui media sosial instagram. Jumlah populasi tidak dapat diketahui.

Sampel

Sampel adalah sebagaian dari populasi yang karakteristiknya akan diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi/jumlah lebih sedikit dari jumlah populasinya. (Sugiyono, 2006:122). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang membeli produk *online shop* melalui media sosial instagram. Jumlah sampel yang digunakan 100 responden, hal ini karena jumlah populasinya tidak dapat diketahui, maka jumlah sampel minimal adalah 100 orang. Hal ini sesuai pendapat Arikunto, (2001:231) menyatakan bahwa untuk penelitian jenis survey dengan populasi yang tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal 100 responden, dengan jumlah 100 sampel diharapkan representatif.

Sampel di ambil dari mahasiswa Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian *online* di instagram. Widiyanti (2008) dalam Suprapti (2010:37), mengatakan bahwa ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui, oleh sebab itu menggunakan rumus berikut ini.

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan

- N = ukuran sampel
- Z = *Score* pada tingkat signifikasi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)
- Z = 1,96
- Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan rumus diatas maka diperoleh perhitungan sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(196)^2}{4(100\%)^2}$$

Nilai 96,4 ≈ 97 dibulatkan 100

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *purposive random sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan (sifat-sifat, karakteristik, ciri, kriteria) sampel yang diperlukan atau ditentukan , yaitu mahasiswa Yogyakarta yang membeli produk *online shop* melalui media sosial instagram minimal 3 bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh hasil penelitian sebagai berikut.

Variabel Kemudahan dalam Akses

No	Butir Pertanyaan	SS		S		Netral		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Online shop instagram mudah untuk sebagai sarana berinteraksi jual beli	14	14	42	42	32	32	8	8	4	4
2	Saya mudah untuk terhubung dengan akun online shop	10	10	56	56	24	24	5	5	5	5
3	Saya mudah terhubung karena sudah menjadi followers di online shop instagram	8	8	49	49	31	31	7	7	5	5
4	Pemula dapat memahami akun online shop di instagram dengan mudah	8	8	60	60	28	28	1	1	3	3
5	Pengguna lama menggunakan instagram dengan mudah	19	19	52	52	23	23	5	5	1	1
6	Saya mudah mencari online shop yang baik di instagram	6	6	31	31	45	45	14	14	4	4
7	Online shop instagram mudah dioperasikan untuk mencari produk yang sedang promo	6	6	47	47	34	34	8	8	5	5

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari data di atas diketahui bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap kemudahan dalam akses sebesar 71 responden pada pernyataan no 5 yaitu pengguna lama menggunakan instagram dengan mudah, sedangkan penilaian terendah dari responden tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 18 pada pertanyaan no 6 yaitu saya mudah mencari

online shop yang baik di instagram. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna lama instagram mudah menggunakan instagram untuk mencari produk *online shop* yang diinginkan, tetapi susah mencari *online shop* yang baik di instagram, sehingga menjadikan konsumen membeli produk online shop di instagram.

Variabel Kemenarikan *Posting Message*

No	Butir Pertanyaan	SS		S		Netral		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Bahasa yang digunakan dalam melakukan <i>posting message</i> menarik	14	14	58	58	23	23	4	4	1	1
2	Bahasa yang digunakan <i>online shop</i> instagram mudah dipahami anak muda.	19	19	59	59	16	16	5	5	1	1
3	<i>Online shop</i> instagram selalu menunggah informasi terkini di instagram	20	20	52	52	20	20	7	7	1	1
4	<i>Online shop</i> instagram mengunggah informasi promo-promo terbaru melalui instagram.	15	15	61	61	16	16	7	7	1	1
5	Gambar photo yang diunggah <i>online shop</i> di instagram menarik	22	22	49	49	21	21	7	7	1	1
6	Video selebgram instagram membuat <i>online shop</i> lebih menarik	22	22	41	41	30	30	4	4	3	3

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari data di atas diketahui bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap kemenarikan *posting message* sebesar 78 responden pada pernyataan no 2 yaitu bahasa yang digunakan *online shop* instagram mudah dipahami anak muda, sedangkan penilaian terendah dari responden tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 8 pada pertanyaan no 3, 4, 5 yaitu *Online shop* instagram selalu menunggah informasi terkini di instagram, *Online shop* instagram mengunggah informasi promo-promo terbaru melalui instagram, gambar photo yang diunggah *online shop* di instagram menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki respon positif terhadap *online shop* instagram, pelanggan merasa bahasa yang digunakan *online shop* instagram mudah dipahami anak muda, tetapi konsumen konsumen kurang mendapatkan informasi terkini tentang promo dan gambar terbaru produk online shop.

Variabel Daya Tanggap Pelayanan

No	Butir Pertanyaan	SS		S		Netral		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya tahu dengan kualitas produk yang ada di <i>online shop</i> instagram	7	7	24	24	40	40	26	26	3	3
2	Saya tahu <i>online shop</i> instagram menyediakan produk dengan berbagai merek	15	15	43	43	29	29	11	11	2	2
3	Saya mengerti <i>online shop</i> instagram akan mengemas produk dengan aman	6	6	26	26	53	53	14	14	1	1
4	Saya mempercayai kualitas produk yang ada di <i>online shop</i> instagram	6	6	20	20	45	45	27	27	2	2
5	Saya menyukai variasi produk <i>online shop</i> instagram	12	12	41	41	39	39	6	6	2	2
6	Pengemasan produk yang dilakukan <i>online shop</i> instagram membuat saya merasa aman ketika produk dikirim	7	7	27	27	47	47	18	18	1	1
7	Saya lebih memilih berbelanja <i>online shop</i> instagram karena ketersediaan jenis produk	7	7	26	26	45	45	18	18	4	4
8	Saya memutuskan berbelanja <i>online shop</i> instagram karena kualitas produk	5	5	21	21	40	40	33	33	1	1
9	Saya melakukan pembelian <i>online shop</i> instagram karena pengemasan yang aman	4	4	30	30	45	45	21	21	0	0

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari data di atas diketahui bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap sikap konsumen sebesar 52 responden pada pernyataan no 2 yaitu saya tahu *online shop* instagram menyediakan produk dengan berbagai merek, sedangkan penilaian terendah dari responden tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 34 pada pertanyaan no 8 yaitu saya memutuskan berbelanja *online shop* instagram karena kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki respon positif terhadap sikap konsumen *online shop* instagram, pelanggan mengetahui *online shop* instagram menyediakan berbagai macam merek, tetapi konsumen kurang mendapatkan kualitas produk dalam memutuskan untuk berbelanja *online shop* di instagram.

Variabel Keputusan Pembelian

No	Butir Pertanyaan	SS		S		Netral		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya mengenali terlebih dahulu produk <i>online shop</i> instagram yang saya butuhkan	19	19	45	45	28	28	7	7	1	1
2	Tidak memerlukan waktu yang lama untuk memutuskan membeli produk <i>online shop</i> di instagram	10	10	26	26	43	43	19	19	2	2
3	Saya mencari informasi <i>online shop</i> instagram dengan melihat foto-foto bukti transaksi yang berhasil	20	20	44	44	30	30	5	5	1	1
4	Selalu yakin untuk membeli produk <i>online shop</i> di instagram	6	6	22	22	46	46	23	23	3	3
5	Saya selalu bertanya kepada teman sebelum membeli produk <i>online shop</i> di instagram	17	17	37	37	37	37	9	9	0	0
6	Saya mempertimbangkan pengalaman kerabat dalam membeli produk <i>online shop</i> di instagram	23	23	41	41	30	30	5	5	1	1
7	Saya memberikan informasi-informasi tentang <i>online shop</i> instagram kepada orang lain	8	8	51	51	32	32	6	6	3	3
8	Saya memberikan rekomendasi positif produk <i>online shop</i> instagram	6	6	36	36	52	52	5	5	1	1
9	Saya memberikan rekomendasi kepada orang lain agar tertarik dengan produk <i>online shop</i> instagram.	5	5	25	25	60	60	9	9	1	1
10	Saya merasa nyaman atas produk <i>online shop</i> instagram yang saya beli	7	7	35	35	46	46	12	12	0	0
11	Saya akan membeli kembali produk <i>online shop</i> di instagram	4	4	34	34	50	50	12	12	0	0

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari data di atas diketahui bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap keputusan pembelian sebesar 64 responden pada pernyataan no 1 dan 6 yaitu saya mengenali terlebih dahulu produk *online shop* instagram yang saya butuhkan, dan saya mempertimbangkan pengalaman kerabat dalam membeli produk *online shop* di instagram, sedangkan penilaian terendah dari responden tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 26 pada pertanyaan no 4 yaitu selalu yakin untuk membeli produk *online shop* di instagram. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki respon positif terhadap keputusan pembelian *online shop* instagram, pelanggan mengenali produk yang dibutuhkan dan mempertimbangkan pengalaman kerabat dalam keputusan pembelian *online shop* instagram, tetapi konsumen tidak yakin untuk membeli online di instagram.

Pembahasan

1. Pengaruh Kemudahan Dalam Akses Terhadap Sikap Konsumen

Kemudahan dalam akses mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Variabel

kemudahan dalam akses t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,834 > 1,9847$) dengan probabilitas (0,006) lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Hasil ini didukung analisis deskriptif variabel yang menunjukkan bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap kemudahan dalam akses sebesar 71 responden pada pernyataan no 5 yaitu pengguna lama menggunakan instagram dengan mudah. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna lama instagram mudah menggunakan instagram untuk mencari produk *online shop* yang diinginkan, tetapi susah mencari *online shop* yang baik di instagram, sehingga menjadikan konsumen membeli produk online shop di instagram. Hasil penelitian mendukung peneliti terdahulu R. Andi Sularso (2012) dan Mathew K.O Lee, et al (2011) membuktikan bahwa Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen pada pembelian *online*.

2. Pengaruh Kemenarikan *Posting Message* Terhadap Sikap Konsumen

Kemenarikan *posting message* mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap sikap konsumen. Variabel kemenarikan *posting message* t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1,025 < 1,9847$) dengan probabilitas (0,308) lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Hasil ini didukung analisis deskriptif variabel yang menunjukkan bahwa penilaian terendah dari responden tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 8 pada pertanyaan no 3, 4, 5 yaitu *Online shop* instagram selalu menunggah informasi terkini di instagram, *Online shop* instagram mengunggah informasi promo-promo terbaru melalui instagram, gambar photo yang diunggah *online shop* di instagram menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki respon positif terhadap *online shop* instagram, pelanggan merasa bahasa yang digunakan *online shop* instagram mudah dipahami anak muda, tetapi konsumen konsumen kurang mendapatkan informasi terkini tentang promo dan gambar terbaru produk online shop.

3. Pengaruh Daya Tanggap Pelayanan Terhadap Sikap Konsumen

Daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Variabel daya tanggap pelayanan t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,420 > 1,9847$) dengan probabilitas (0,000) lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Hasil ini didukung analisis deskriptif variabel yang menunjukkan bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap daya tanggap pelayanan sebesar 52 responden pada pernyataan no 3 yaitu admin melayani dengan baik pertanyaan tentang produk *online shop* di instagram. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki respon positif terhadap *online shop* instagram, pelanggan merasakan admin melayani dengan baik pertanyaan tentang produk *online shop* di instagram, tetapi konsumen kurang mendapatkan kesediaan admin untuk memberikan jawaban mengenai produk *online shop* instagram. Hasil penelitian mendukung peneliti terdahulu Fristy Widya Novita dan Muhadjir Nasir (2012) membuktikan bahwa kualitas pelayanan (daya tanggap pelayanan) berpengaruh positif terhadap sikap konsumen.

4. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Sikap konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel sikap konsumen t-hitung lebih besar dari t-tabel ($7,723 > 1,9847$) dengan probabilitas (0,000) lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Hasil ini didukung analisis deskriptif variabel yang menunjukkan bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap sikap konsumen sebesar 52 responden pada pernyataan no 2 yaitu saya tahu *online shop* instagram menyediakan produk dengan berbagai merek. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki respon positif terhadap sikap konsumen *online shop* instagram, pelanggan mengetahui *online shop* instagram menyediakan berbagai macam merek, tetapi konsumen kurang mendapatkan kualitas produk dalam memutuskan untuk berbelanja *online shop* di instagram.

5. Pengaruh Kemudahan Dalam Akses Terhadap Keputusan Pembelian

Kemudahan dalam akses mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kemudahan dalam akses t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-1,249 < 1,9847$) dengan probabilitas (0,215) lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Hasil ini didukung analisis deskriptif variabel yang menunjukkan bahwa penilaian terendah dari responden tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 18 pada pertanyaan no 6 yaitu saya mudah mencari *online shop* yang baik di instagram. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna lama instagram mudah menggunakan instagram untuk mencari produk *online shop* yang diinginkan, tetapi susah mencari *online shop* yang baik di instagram, sehingga menjadikan konsumen membeli produk online shop di instagram. Hasil penelitian mendukung peneliti terdahulu Aindrila Biswas, et al (2014) dikatakan bahwa sikap konsumen memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

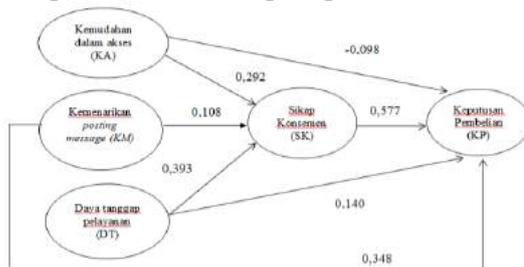
6. Pengaruh Kemenarikan *Posting Message* Terhadap Keputusan Pembelian

Kemenarikan *posting message* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Kemenarikan *posting message* t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,484 > 1,9847$) dengan probabilitas (0,000) lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Hasil ini didukung analisis deskriptif variabel yang menunjukkan bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap kemenarikan *posting message* sebesar 78 responden pada pernyataan no 2 yaitu bahasa yang digunakan *online shop* instagram mudah dipahami anak muda. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki respon positif terhadap *online shop* instagram, pelanggan merasa bahasa yang digunakan *online shop* instagram mudah dipahami anak muda, tetapi konsumen kurang mendapatkan informasi terkini tentang promo dan gambar terbaru produk online shop. Hasil penelitian mendukung peneliti terdahulu Rifqi Nugroho Adi (2013) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kemenarikan *posting message* dengan keputusan pembelian.

7. Pengaruh Daya Tanggap Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel daya tanggap pelayanan t-hitung lebih besar dari t-tabel ($1,969 > 1,9847$) dengan probabilitas ($0,052$) lebih besar dari taraf signifikan $0,05$. Hasil ini didukung analisis deskriptif variabel yang menunjukkan bahwa penilaian tertinggi dari responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap daya tanggap pelayanan sebesar 52 responden pada pernyataan no 3 yaitu admin melayani dengan baik pertanyaan tentang produk *online shop* di instagram, sedangkan penilaian terendah dari responden tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 8 pada pertanyaan no 4 yaitu Admin bersedia menjawab pertanyaan konsumen tentang produk *online shop* instagram. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki respon positif terhadap *online shop* instagram, pelanggan merasakan admin melayani dengan baik pertanyaan tentang produk *online shop* di instagram, tetapi konsumen kurang mendapatkan kesediaan admin untuk memberikan jawaban mengenai produk *online shop* instagram.

8. Pengaruh Tidak Langsung



- a. Pengaruh kemudahan dalam akses terhadap keputusan pembelian melalui sikap konsumen.

$$KA \rightarrow SK \rightarrow KP = (0,292 \times 0,577) = 16,848$$

Besarnya pengaruh tidak langsung kemudahan dalam akses terhadap keputusan pembelian melalui sikap konsumen sebesar 16,848 sedangkan pengaruh langsung kemudahan dalam akses terhadap keputusan pembelian sebesar $-0,098$. Jadi pengaruh total adalah $(16,848 + -0,098) = 16,75$ yang

berarti dengan adanya pengaruh variabel intervening sikap konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.

- b. Pengaruh kemenarikan posting message terhadap keputusan pembelian melalui sikap konsumen

$$KM \rightarrow SK \rightarrow KP = (0,108 \times 0,577) = 0,0623$$

Besarnya pengaruh tidak langsung kemenarikan posting message terhadap keputusan pembelian melalui sikap konsumen sebesar 0,0623, sedangkan pengaruh langsung persepsi kemenarikan posting message terhadap keputusan pembelian sebesar 0,348. Jadi pengaruh total adalah $(0,0623 + 0,348) = 0,4103$ yang berarti dengan adanya pengaruh variabel intervening sikap konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.

- c. Pengaruh daya tanggap pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui sikap konsumen.

$$DT \rightarrow SK \rightarrow KP = (0,393 \times 0,577) = 0,226$$

Besarnya pengaruh tidak langsung daya tanggap pelayanan terhadap niat beli kembali melalui kepuasan pelanggan sebesar 16,848 sedangkan pengaruh langsung kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 0,140. Jadi pengaruh total adalah $(0,226 + 0,140) = 0,366$ yang berarti dengan adanya pengaruh variabel intervening sikap konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Pengaruh Kemudahan dalam Akses, Kemenarikan *Posting Message*, Daya Tanggap Pelayanan Terhadap Sikap Konsumen Pada *Online Shop* Instagram, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan dalam akses mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen *online shop* instagram.
2. Kemenarikan *posting message* mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan

- terhadap sikap konsumen *online shop* instagram.
3. Daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen *online shop* instagram.
 4. Sikap konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online shop* instagram.
 5. Kemudahan dalam akses mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *online shop* instagram.
 6. Kemenarikan *posting message* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online shop* instagram.
 7. Daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *online shop* instagram.

REFERENSI

- Amirul, Hadi & Handoyo, H. 2007. Metodologi Penelitian Pendidikan. Bandung: Pustaka Setia
- Chandra, G. Tjiptono, F. Chandra, Y. (2004). *Pemasaran Global : Internasionalisasi dan internetisasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- eMarketer. (2016). *Instagram Users Ages 18-35 in Indonesia Who Follows Digital Retailers on Instagram by Types*. Retrieved from <https://www.emarketer.com/Article/Instagram-Users-Indonesia-Follow-Fashion/1013618>
- Gryseels, M., Das, K., P.Sudhir, & Tan, K. T. (2016). *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*. Retrieved from McKinsey Indonesia: www.mckinsey.com
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, Technology and Society*. London: Sage Publications.
- J.Setiadi, Nugroho. (2008), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Kencana
- Kunto, G. (2016). *Manual: Menggunakan Instagram Untuk Pemasaran*. Retrieved from Emphatic Marketing: <http://empathic.marketing/manual-menggunakan-instagram-untuk-pemasaran/>
- Lin, Yu-Shan dan Jun-Ying Huang (2006) *Internet Blogs as A Tourism Marketing Medium: A Case Study*. *Journal of Business Research Tourism Management* 54: 243-258.
- Manganari, E. E., Siomkos, G. J., Rigopoulou, I. D., & Verchopoulos, A. P. (2011). Virtual store layout effects on consumer behavior. *Internet Research*, 21(3): 326-344.
- Paquette, H. (2013). Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review. *Major Paper*, 1-26.
- Pratama, R. A. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pemasaran*. Retrieved from Prezi: <https://prezi.com/aqmzdttrpehw/pemanfaatan-media-sosial-instagram-sebagai-sarana-pemasaran/>
- Suhari, Yohanes. Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIII, No.2, Juli 2008 : 140-146*
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, R. (2011). *Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology*. Thomson-Wadsworth.
- Tea, R. (2014). *Media Sosial: Pengertian, Karakteristik, dan Jenis*. Retrieved from Romel Tea Media: <http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-sosial-pengertian-karakteristik.html>
- Urip Wahyuni, Dewi. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat. *Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra*
- Wijaya, K. K. (2016). *Indonesia Ternyata Pengguna Instagram Terbanyak Ketiga di Dunia*. Retrieved from Startup Techinasia: <http://id.news.qa1p.global.media.yahoo.com/indonesia-ternyata-pengguna-instagram-terbanyak-124704531.html>



UPAJIWA

Jurnal Online Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat

PRODI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
upajiwa_mm@ustjogja.ac.id

e-ISSN: 2579-535X
p-ISSN: 2641-0853

jurnalfe.ustjogja.ac.id

PENGARUH *REWARD*, *PUNISHMENT* TERHADAP KINERJA PEGAWAI DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Hera Wasiati

Jurusan Manajemen Informatika, STMIK AKAKOM Yogyakarta

hera@akakom.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *reward* dan *punishment* berpengaruh terhadap kinerja pegawai dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Responden, pegawai tenaga kependidikan STMIK AKAKOM dengan jumlah sampel 58. Metoda yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial, pengujian hipotesis menggunakan uji t-statistik. Sedangkan R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *reward* dan *punishment* baik secara parsial maupun secara bersama-sama berpengaruh positif dan non signifikan terhadap kepuasan kerja. *Reward* dan kepuasan kerja secara parsial berpengaruh positif dan non signifikan terhadap kinerja pegawai, sedangkan *punishment* secara parsial berpengaruh negatif dan non signifikan terhadap kinerja pegawai. Secara bersama-sama *reward*, *punishment* dan kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai. Dengan demikian seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci: *reward*, *punishment*, kepuasan kerja, kinerja

Abstract

This research aims to know whether reward and punishment affects employees' performance with work satisfaction as the intervening variable. The respondents were the education employees at STMIK AKAKOM with a total of 58 samples that used questionnaires as the data collecting method. descriptive and inferential analyses are used to analyze the data and the hypothesis testing used t-statistic test, whereas R^2 was used to evaluate how strong the free variable altogether influences the bound variable.

The results show that reward and punishment, both partially and altogether, positively and non significantly influence the employees' satisfaction. Reward and employees' satisfaction partially and non significantly influence the employees' performance. Reward and punishment as well as job satisfaction, on the other hand, altogether positively influence the employees' performance at work. In conclusion, all of the hypotheses proposed in this research are accepted.

Keywords: *reward*, *punishment*, job satisfaction, performance

PENDAHULUAN

Pengelolaan sumber daya manusia di organisasi perlu dilakukan secara profesional agar terwujud keseimbangan antara kebutuhan karyawan dengan tuntutan dan kemampuan organisasi. Keseimbangan tersebut merupakan kunci utama perusahaan agar dapat berkembang secara produktif. Pemanfaatan dan pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan secara profesional akan memberikan dampak positif, diantaranya yaitu tercapainya kinerja karyawan yang tinggi dan pada akhirnya akan membawa pengaruh terhadap naiknya produktivitas organisasi.

Untuk meningkatkan kinerja yang efektif, maka institusi dapat memperhatikan hal yang paling utama yakni pemenuhan kebutuhan pegawainya. Untuk memenuhi kebutuhannya, maka diperlukan adanya imbalan atau kompensasi sebagai bentuk motivasi yang diberikan kepada pegawai. Prinsip penting dalam sistem manajemen kompensasi adalah prestasi yang tinggi harus diberi penghargaan (*reward*) yang layak dan apabila melanggar aturan dalam organisasi harus diberikan sanksi yang setimpal serta adil. Kekeliruan dalam menerapkan sistem kompensasi, khususnya sistem penghargaan akan berakibat timbulnya demotivasi dan tidak adanya kepuasan kerja dikalangan pegawai dan apabila hal tersebut terjadi dapat menyebabkan rendahnya kinerja baik pegawai maupun organisasi.

Keadaan ini memberi gambaran secara sekilas tentang rendahnya motivasi kerja pegawai STMIK AKAKOM Yogyakarta, dimana *reward* dan *panishment* pegawai masih jauh seperti yang diharapkan. Berkaitan dengan ini, setidaknya ada dua hal yang berkaitan dengan rendahnya semangat kerja saat ini: isu seputar masalah sistem *reward* dan *panishment*.

Rendahnya sistem *reward* dan *panishment* pada karyawan STMIK AKAKOM Yogyakarta dapat dilihat atas adanya indikasi antara lain menurunnya semangat kerja pegawai, pegawai punya

kemampuan tetapi tidak bergairah untuk bekerja, rendahnya tingkat disiplin, tanggung jawab terhadap tugas yang tidak dapat diselesaikan tepat waktu, merasa tidak dihargai atas prestasi kerja dan adanya kecenderungan tidak mematuhi ketentuan atau perintah.

Fakta-fakta yang dijumpai pada observasi awal tersebut sedikitnya telah menunjukkan terdapatnya perbedaan antara pandangan teoritis mengenai penerapan *reward* dan *panishment* dengan kenyataan dilapangan. Dan jika asumsi ini dikaitkan dengan fakta-fakta mengenai rendahnya motivasi karyawan di STMIK AKAKOM Yogyakarta, maka dapat diduga bahwa informasi yang didasari oleh penelitian empiris menyangkut *reward* dan *panishment* yang diterapkan pimpinan STMIK AKAKOM Yogyakarta, dengan keberhasilan perusahaan relatif masih kurang. Kurangnya informasi empiris inilah yang mungkin menjadi penyebab kegagalan bagi penetapan strategi yang paling tepat berkaitan dengan implementasi penerapan *reward* dan *panishment* yang dapat meningkatkan motivasi karyawan mencapai keberhasilan organisasi.

Sedangkan salah satu pemicu produktivitas yang tinggi dapat dilihat dari kepuasan kerja setiap karyawan, dan pada dasarnya kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual. Oleh karena bersifat individu, sehingga semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu tersebut, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan, dan demikian juga sebaliknya. Pelaksanaan peningkatan produktivitas institusi ini diperlukan dukungan dari sumber daya manusia yang handal, berkemampuan dan berketrampilan tinggi, sadar akan peran yang harus dimainkan serta memiliki kepuasan kerja yang tinggi dalam menjalankan tugas.

Ketidakpuasan pada akhirnya akan berdampak buruk seperti terjadinya peningkatan prosentase pemangkiran kerja (*absenteeism*), meningkatkan ketidakdisiplinan waktu (*Attendance*

Behavior), misalnya keterlambatan masuk kerja, waktu istirahat diperpanjang, waktu pulang dipercepat dan lain-lain.

Fenomena-fenomena di atas akan sangat berpotensi menimbulkan konflik-konflik dan jika dibiarkan maka akan berpengaruh pada mekanisme operasional di lingkungan STMIK AKAKOM Yogyakarta, terutama kinerja pegawai yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat *output* yang telah ditetapkan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, sehingga upaya untuk mencapai produktivitas yang optimal akan sulit diwujudkan.

Agar terjadi peningkatan kinerja pegawai, profesional pegawai STMIK AKAKOM Yogyakarta dalam menjalankan tugas perlu ditingkatkan melalui kepuasan kerja pegawai.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Manajemen sumberdaya manusia merupakan salah satu upaya yang sangat penting dalam peningkatan kinerja pegawai. Salah satu yang berpengaruh adalah pemberian kompensasi terhadap setiap aktivitas yang dilakukan. Pemberian kompensasi merupakan salah satu pemenuhan kebutuhan fisik, yang mempengaruhi motivasi yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku pegawai. Oleh karena itu manajemen kompensasi penting untuk meningkatkan motivasi pegawai mencapai prestasi yang terbaik.

Pemberian kompensasi berupa penghargaan (*reward*) yang tepat dalam arti memenuhi persyaratan adil dan layak merupakan prinsip penting dalam sistem manajemen kompensasi. Pemberian penghargaan berupa *reward* tidak dapat dilakukan tanpa alasan yang rasional oleh karena itu organisasi harus memiliki mekanisme *reward* yang jelas. Mekanisme atau proses pemberian *reward* melibatkan beberapa variabel seperti motivasi, kinerja, kepuasan, keadilan dan kepatuhan pada peraturan yang berlaku dalam organisasi.

Berbagai definisi *reward* dikemukakan oleh para ahli, seperti

Nugroho (2006:5), *Reward* artinya ganjaran, hadiah, penghargaan, atau imbalan. Dalam konsep manajemen, *reward* merupakan salah satu alat untuk meningkatkan motivasi para pegawai. Selain motivasi, *reward* juga bertujuan agar seseorang menjadi semakin giat dalam usaha memperbaiki atau meningkatkan prestasi yang telah dicapainya.

Berbeda dengan pernyataan tersebut, Istiara (2008) mendefinisikan *reward* sebagai suatu penghargaan terhadap suatu karya yang telah dihasilkan ataupun telah dilakukan oleh seseorang.

Pada dasarnya *reward* dibutuhkan dalam memotivasi seseorang, termasuk dalam memotivasi para pegawai dalam meningkatkan kinerjanya. Lebih lanjut Wibowo (2007) menyatakan bahwa penghargaan yang diberikan kepada individu diharapkan dapat meningkatkan motivasi pegawai karena merasa pekerjaannya dihargai sehingga meningkatkan kinerja pegawai. Disamping itu, penghargaan dan kinerja tinggi akan meningkatkan kepuasan pekerja atau pegawai.

Punishment merupakan penguatan yang negatif, tetapi diperlukan dalam perusahaan. *Punishment* yang di maksud disini adalah tidak seperti hukuman dipenjara atau potong tangan, tetapi *punishment* yang bersifat mendidik. Selain itu *punishment* juga merupakan alat pendidikan regresif, artinya *punishment* ini digunakan sebagai alat untuk menyadarkan karyawan kepada hal-hal yang benar.

Punishment diartikan sebagai hukuman atau sanksi yang diberikan ketika terjadi pelanggaran. Pemberian *punishment* tidak dapat dilakukan tanpa alasan yang rasional oleh karena itu organisasi harus memiliki mekanisme *punishment* yang jelas. Mekanisme proses pemberian *punishment* melibatkan beberapa variabel seperti motivasi, kinerja, kepuasan, keadilan dan kepatuhan pada peraturan yang berlaku dalam organisasi.

Sistem *punishment* merupakan metode dalam memotivasi seseorang untuk

melakukan kebaikan dan meningkatkan prestasinya. Metode ini sudah cukup lama dikenal dalam dunia kerja. Tidak hanya dunia kerja, dalam dunia pendidikanpun metode ini kerap kali digunakan. Berbagai definisi dikemukakan oleh para ahli, seperti Hazli (2002:30) mendefinisikan hukuman dalam situasi kerja, hukuman menunjukkan penolakan perilaku dan perbuatannya.

Organisasi hendaklah dengan tegas memperhatikan dan menata sistem *punishment*. Hal ini harus diimplementasikan sampai level bawah. Dengan begitu, diharapkan kinerja karyawan semakin bermutu. *Punishment* memang harus diberlakukan, maka laksanakanlah dengan cara yang bijak lagi mendidik, tidak boleh sewenang-wenang, tidak pula menimbulkan rasa kebencian yang berlebihan sehingga merusak tali silaturahmi. Hendaknya *punishment* yang diberikan kepada pegawai yang melanggar aturan telah disosialisasikan sebelumnya. Dan sebaiknya sanksi itu sama-sama disepakati, sehingga mendorong si terhukum untuk bisa mempertanggungjawabkan perbuatannya dengan ikhlas.

Menurut Robbins (1996:187) kepuasan kerja itu penting bagi organisasi, dan para manajer seharusnya peduli akan tingkat kepuasan kerja ini, karena sekurangnya tiga alasan sebagai berikut:

- a. Ada bukti yang jelas bahwa karyawan yang tidak terpuaskan lebih sering melewatkan kerja dan lebih besar kemungkinan mengundurkan diri;
- b. Telah diperagakan bahwa karyawan yang terpuaskan mempunyai kesehatan yang lebih baik dan usia yang panjang;
- c. Kepuasan pada pekerjaan dibawa ke kehidupan karyawan di luar pekerjaan.

Karyawan yang terpuaskan mempunyai tingkat keluar maupun kemangkiran yang lebih rendah. Secara khusus, kepuasan dihubungkan secara negatif dengan kuat dan konsisten terhadap keputusan seorang karyawan untuk meninggalkan organisasi. Meskipun kepuasan dan absensi juga dihubungkan secara negatif.

Robbins (1996: 181-182) mengemukakan beberapa faktor yang menentukan kepuasan/ketidakpuasan kerja, yaitu kerja yang secara mental menantang, ganjaran yang pantas, kondisi kerja yang mendukung, rekan kerja yang mendukung dan kesesuaian antara kepribadian dan pekerjaan. Faktor-faktor tersebut akan sangat berpotensi menimbulkan konflik-konflik personalia dan jika dibiarkan maka akan mempengaruhi pada mekanisme operasional perusahaan, terutama kinerja karyawan yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat *output* yang telah ditetapkan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, sehingga upaya untuk mencapai produktivitas yang optimal akan sulit diwujudkan. Kepentingan para manajer pada kepuasan kerja ini cenderung pada pengaruhnya terhadap kinerja karyawan seperti produktivitas, kemangkiran, absensi dan *turnover*.

Menurut Smith (dalam Sedarmayanti, 1995) kinerja adalah “... *output drive from processes human or otherwise*” (merupakan hasil atau *output* dari suatu proses).

Berbeda dengan dua pendapat di atas, pengertian kinerja sebagaimana dikemukakan oleh Mangkunegara (2002:67) sebagai berikut: “Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya”.

Perhatian terhadap masalah kinerja adalah berkaitan dengan hal-hal mengenai:

1. Keahlian dan ketrampilan yang dimiliki pegawai untuk melaksanakan pekerjaan
2. Sumber-sumber yang dibutuhkan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan
3. Kesadaran para pegawai akan masalah prestasi
4. Kapan masalah prestasi akan terjadi
5. Reaksi pegawai atas masalah prestasi
6. Tindakan yang diperlukan untuk menanggulangi masalah prestasi.

Penilaian kinerja karyawan adalah proses melalui mana organisasi-organisasi

mengevaluasi atau menilai kinerja karyawan (Handoko, 2000:135). Penilaian kinerja yang sudah teridentifikasi, maka diperlukan bentuk-bentuk tindakan manajerial untuk menghasilkan kinerja yang efektif. Keberhasilan dalam melaksanakan suatu pekerjaan tidak selalu sama antara satu individu dengan lainnya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan karakteristik individu. Disamping itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja adalah faktor-faktor lain di luar individu atau dapat dikatakan faktor situasi kerjanya. Dalam tinjauan psikologis, kerja adalah suatu proses tingkah laku kerja seseorang sehingga menghasilkan prestasi kerja sebagai suatu pencapaian keberhasilan yang diperoleh seseorang dari pekerjaannya.

Menurut Mangkunegara (2002:69) terdapat beberapa faktor kinerja sebagai standar penilaian prestasi kerja, yaitu:

- 1) Kualitas kerja yang meliputi ketepatan, ketelitian, ketrampilan serta kebersihan
- 2) Kuantitas kerja yang meliputi *output* rutin serta *output* non rutin (ekstra)
- 3) Keandalan atau dapat tidaknya diandalkan yakni dapat tidaknya mengikuti instruksi, kemampuan inisiatif, kehati-hatian serta kerajinan
- 4) Sikap yang meliputi sikap terhadap perusahaan, pegawai lain, pekerjaan serta kerjasama.

Penelitian yang dilakukan oleh Rujinto dan Sri Sundarini, berjudul: “Pengaruh Kepemimpinan dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Akademi Kebidanan Giri Satria Husada Kabupaten Wonogiri”. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan analisa jalur (path analisis).

Hasil analisa regresi linier berganda diperoleh persamaan Motivasi = $-3,067 + 0,217 X_1 + 0,852 X_2 + e$, Kinerja = $6,027 + 0,297 X_1 + 0,412 X_2 + 0,429 X_3 + e$, uji t didapatkan hasil variabel kepemimpinan dan kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi, variabel kepemimpinan, kepuasan kerja dan

motivasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja.

Pada uji F variabel kepemimpinan, kepuasan kerja, motivasi bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja hal ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} 25,575 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

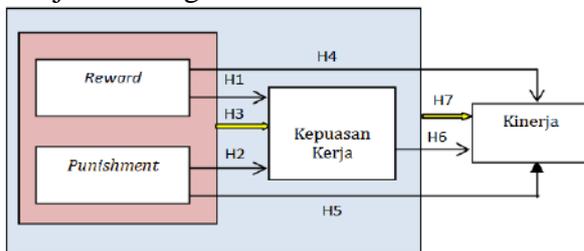
Adjusted R Square (R^2) dalam penelitian ini adalah 0,712 artinya menunjukkan bahwa variabel kinerja pegawai benar-benar dijelaskan oleh variabel kepemimpinan, kepuasan kerja dan motivasi sebesar 71,2%, sedangkan sisanya 28,8% dijelaskan variabel lainnya yang tidak diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan: a) kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pegawai, maka hipotesis terbukti, b) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai maka hipotesis terbukti, c) kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, maka hipotesis terbukti, d) kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, maka hipotesis terbukti, e) Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, maka hipotesis terbukti.

Penelitian yang dilakukan oleh Riyanto Sujudi, berjudul: “Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Pengawasan terhadap Kinerja Pegawai Dinas Perindustrian, Perdagangan, Penanaman Modal, dan Koperasi Kabupaten Karanganyar”. Hipotesis dalam penelitian ini adalah : 1). Terdapat pengaruh yang signifikan baik secara bersama-sama (simultan) maupun secara sendiri-sendiri (parsial) antara Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Pengawasan terhadap kinerja pegawai Dinas Perindustrian Perdagangan Penanaman Modal Dan Koperasi Kabupaten Karanganyar.

Alat analisis yang digunakan antara lain Uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R^2 .

Berdasarkan pengamatan dan analisis data dapat disimpulkan sebagaiberikut: 1). Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui persamaannya bahwa : $Y = 2.230 + 0.162 X_1 + 0,099 X_2 + 0,072 X_3 + 0,449 X_4 + 0,026 X_5 + e$, artinya bahwa variabel Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Pengawasan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kinerja Pegawai. 2). Berdasarkan hasil analisis uji t, didapatkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ untuk variabel Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, dan Pengawasan, sehingga dapat diartikan bahwa variabel Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, dan Pengawasan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kinerja pegawai, hanya variabel Disiplin Kerja yang mempunyai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti variabel Disiplin Kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai. 3). Hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, dan Pengawasan) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai, 4) Dari hasil Uji R^2 , diperoleh hasil sebesar 57 % yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independent sebesar 57 %, sedangkan sisanya (43%) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Kerangka pikir dari penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:



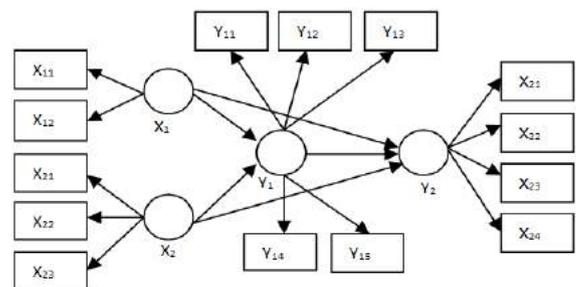
Gambar 1: Kerangka Pikir

sehingga didapat hipotesis:

- H1: *Reward* berpengaruh terhadap kepuasan kerja pegawai
- H2: *Punishment* berpengaruh terhadap kepuasan kerja pegawai

- H3: *Reward*, dan *punishment* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan kerja pegawai
- H4: *Reward* berpengaruh terhadap kinerja pegawai
- H5: *Punishment* berpengaruh terhadap kinerja pegawai
- H6: Kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai STMIK Akakom Yogyakarta
- H7: *Reward*, *punishment*, dan kepuasan kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja pegawai

Kerangka konseptual penelitian menurut Sapto Haryoko dalam Iskandar (2008:54) sebagaimana dimuat dalam <http://yusrizalfirzal.wordpress.com/2010/11/22/kajian-teori-kerangka-konseptual-dan-hipotesis/> menjelaskan secara teoritis model konseptual variabel-variabel penelitian, tentang bagaimana pertautan teori-teori yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian yang ingin diteliti, yaitu variabel bebas dengan variabel terikat. Kerangka konseptual dalam penelitian dapat disajikan melalui gambar sebagai berikut:



Gambar 2: Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian tersebut di atas menyajikan suatu pengembangan model variabel kepuasan kerja sebagai variabel intervening yang berdampak pada kinerja pegawai dengan menggunakan variabel, *reward* dan *punishment* baik secara sendiri-sendiri ataupun bersama-sama mempengaruhi kepuasan kerja maupun kinerja pegawai.

Variabel *reward* (X_1) diukur dengan 2 (dua) indikator, variabel *punishment* (X_2)

diukur dengan 3 (tiga) indikator, variabel kepuasan kerja (Y_1) diukur dengan 5 (lima) indikator, dan variabel kinerja pegawai (Y_2) diukur dengan 4 (indikator) indikator.

METODOLOGI PENELITIAN

Subyek penelitian ini adalah pegawai tenaga kependidikan STMIK AKAKOM Yogyakarta, sedangkan yang menjadi obyek penelitian adalah reward, punishment, kepuasan kerja dan kinerja pegawai.

Populasi pegawai tenaga kependidikan STMIK AKAKOM Yogyakarta berjumlah 69. Dalam penelitian ini akan diambil sampel dengan menggunakan perhitungan proporsional sebanyak 58 pegawai. Sedangkan cara/metode pengambilan sampel menggunakan *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak, dengan tehnik undian.

Definisi Operasional *Reward* menurut Nugroho (2006), artinya ganjaran, hadiah, penghargaan, atau imbalan. Sedangkan indikator *Reward* Nugroho (2006) adalah:

a) Penghargaan finansial
Penghargaan yang dikaitkan dengan prestasi pegawai secara terbuka sehingga setiap pegawai memiliki peluang untuk meraihnya

b) Penghargaan non finansial
Merupakan bagian dan pekerjaan itu sendiri, seperti tanggungjawab, mengikuti training/pendidikan, menyelesaikan pekerjaan tepat waktu.

Punishment menurut Peraturan YPWB No. 01 Tahun 1993 tentang Peraturan Pokok Kepegawaian adalah hukuman/sanksi yang diberikan kepada pegawai yang melakukan kesalahan-kesalahan yang dapat merugikan Yayasan/Sekolah Tinggi, baik moril maupun materiil. Sedangkan indikator *Punishment* menurut Peraturan YPWB No. 01 Tahun 1993 tentang Peraturan Pokok Kepegawaian adalah:

- a) Hukuman ringan berupa: peringatan tertulis atau lisan sampai tiga kali berturut-turut dalam waktu tiga bulan,
- b) Hukuman sedang berupa:
 - Penundaan kenaikan gaji atau kenaikan pangkat untuk jangka waktu paling banyak satu tahun,
 - Pembebasan dari jabatan struktural yang diduduki atau mutasi
- c) Hukuman berat berupa:
 - Penurunan pangkat paling lama untuk jangka waktu satu tahun,
 - Pemberhentian untuk sementara waktu (skorsing) paling lama untuk jangka waktu tiga bulan,
 - Pemberhentian dengan hormat tidak atas kehendaknya sendiri,
 - Pemberhentian dengan tidak hormat dari pekerjaannya.

Kepuasan kerja, menurut Robbins (1996) adalah sikap umum (perasaan yang menyenangkan atau tidak menyenangkan) seorang individu yang merujuk pada pekerjaannya. Indikator untuk kepuasan kerja menurut Robbins (1996) adalah:

- a) Kerja yang secara mental menantang
Dalam hal ini karyawan cenderung lebih menyukai pekerjaan-pekerjaan yang dapat memberikan kesempatan untuk menggunakan ketrampilan dan kemampuan yang dimiliki dan menawarkan beragam tugas, kebebasan dan umpan balik dari pihak perusahaan.
- b) Ganjaran yang pantas
Para karyawan yang menginginkan sistem upah dan kebijakan promosi yang dipersepsikan sebagai kompensasi yang adil dari pihak perusahaan dan tidak meragukan serta sejajar dengan penghargaan yang diterima.
- c) Kondisi kerja yang mendukung
Karyawan peduli akan lingkungan kerja yang baik untuk kenyamanan pribadi maupun untuk memudahkan mengerjakan tugas-tugas dengan baik. Studi-studi memperlihatkan bahwa karyawan lebih menyukai keadaan fisik

sekitar yang tidak berbahaya atau merepotkan seperti temperatur, cahaya, dan faktor-faktor lingkungan lain yang seharusnya tidak ekstrim, dengan fasilitas yang memadai.

- d) Rekan sekerja yang mendukung
Bagi kebanyakan karyawan, kerja juga mengisi kebutuhan akan interaksi sosial. Oleh karena itu, tidaklah mengejutkan jika mempunyai rekan kerja yang memiliki sikap ramah dapat mendukung terhadap kepuasan kerja.
- e) Kesesuaian antara kepribadian dan pekerjaan
Kecocokan yang tinggi antara kepribadian seorang karyawan dan pekerjaan akan menghasilkan individu yang lebih terpuaskan.

Menurut Mangkunegara (2002) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Sedangkan indikator kinerja adalah menurut Mangkunegara (2002:69):

- a) Kualitas kerja yang meliputi ketepatan, ketelitian, ketrampilan serta kebersihan.
- b) Kuantitas kerja yang meliputi *output* rutin serta *output* non rutin (ekstra)
- c) Keandalan atau dapat tidaknya diandalkan yakni dapat tidaknya mengikuti instruksi, kemampuan inisiatif, kehati-hatian serta kerajinan
- d) Sikap yang meliputi sikap terhadap perusahaan, pegawai lain, pekerjaan serta kerjasama.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan metode analisis inferensial.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk digeneralisasikan. Telah

disampaikan di atas pada Sub-Bab Metode Pengumpulan Data, kategori data dibagi menjadi 5 (lima) dari skor 1 sampai dengan 5. Untuk mengelompokkan data pada masing-masing kategori tersebut, perlu dibuat *range* (interval) dengan rumus berikut ini.

$$Int = \frac{\sum S_{\max} - \sum S_{\min}}{\sum_{i=1}^n K_i}$$

Dimana:

Int = Interval

$\sum S_{Max}$ = Skor Total Maksimum

$\sum S_{Min}$ = Skor Total Minimum

$\sum_{i=1}^n K_i$ = Jumlah Kategori

2. Analisis Inferensial

Guna melakukan analisis inferensial dari penelitian ini, alat analisis yang digunakan adalah *Patial Least Square* (PLS), yaitu dengan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) yang berbasis *variance*, dengan *software* SmartPLS 2.0.

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang *powerful* karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar. PLS selain dapat digunakan sebagai konfirmasi teori juga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang belum ada landasan teorinya atau untuk pengujian proposisi (Ghozali, 2006 dalam Wanabakti dan Dwihardo, 2011:66).

Terdapat dua macam indikator dalam pendekatan PLS. Indikator pertama adalah indikator refleksif atau *reflective indicator*. *Reflective indicator* adalah indikator yang dianggap dipengaruhi oleh konstruk laten, atau indikator yang dianggap merefleksikan/merepresentasikan konstruk laten. *Reflective indicator* mengamati akibat yang ditimbulkan oleh variabel laten. Indikator kedua adalah indikator formatif atau *formative indicator*. *Formative indicator* adalah indikator yang dianggap

mempengaruhi variabel laten (Wanabakti dan Dwihardo, 2011 : 27).

Uji model di dalam *Partial Least Square (PLS)* dilakukan melalui outer model dan inner model. Menurut Wiyono (2011:402), *Outer model* atau model pengukuran pada prinsipnya menguji indikator terhadap variabel laten, atau dengan kata lain mengukur seberapa jauh indikator itu dapat menjelaskan variabel latennya. Indikator reflektif diuji dengan *convergen validity*, *discriminant validity* atau dengan *average variance extracted (AVE)*, dan *composite reliability*. Sedangkan indikator formatif diuji berdasarkan *substantive content*-nya, yaitu dengan membandingkan besarnya *relative weigh* dan melihat signifikansinya. *Inner model* atau model struktural pada prinsipnya menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya baik eksogen maupun endogen, atau dapat dikatakan juga menguji hipotesis antara variabel laten yang satu dengan lainnya. Pengujian dilakukan dengan melihat persentase varian yang dijelaskan yaitu R^2 untuk variabel laten dependen yang dimodelkan mendapatkan pengaruh dari variabel laten independen dengan menggunakan ukuran *stone-geisser Q square test*, serta melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini di uji dengan menggunakan uji t-statistik yang diperoleh lewat prosedur bootstrapping. Tahapan pengujian PLS dilakukan sebagai berikut:

Uji indikator atau disebut juga *Outer model* atau *measurement model* adalah menguji hubungan antara indikator terhadap variabel konstruksinya. Dari uji indikator ini diperoleh output validitas dan realibilitas model yang diukur dengan kriteria: *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*.

1) *Convergent Validity*, dan *Discriminant Validity*

Convergent Validity diukur dari korelasi antara skor indikator dengan konstruksinya. Indikator individu dianggap valid jika memiliki nilai korelasi di atas 0,50. Apabila ada

indikator yang tidak memenuhi syarat ini maka harus dibuang. Selanjutnya dilakukan pengujian *discriminant validity* yang diukur dari *cross loading* antara indikator dengan konstruksinya. Indikator dinyatakan valid jika hubungan indikator dengan konstruksinya lebih tinggi dibandingkan dengan hubungannya dengan konstruk yang lain.

2) *Composite Reliability*

Konstruk dinyatakan reliabel apabila *composite reliability* memiliki nilai diatas 0,70.

Inner Model atau *structural model* sebenarnya merupakan uji hipotesis, menggambarkan hubungan dan pengaruh antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Model persamaannya dapat dituliskan seperti dibawah ini.

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + r\xi + \zeta$$

Dimana:

η = vector endogen (dependen) variabel laten

ξ = vector exogen (independen) variabel laten

ζ = vector residual

Oleh karena PLS didesain untuk model *recursive*, maka hubungan antar variabel laten dapat dispesifikasikan sebagai berikut:

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_b \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

Dimana:

β_{ji} dan γ_{jb} adalah koefisien jalur yang menghubungkan predictor endogen dan variabel laten exogen ξ_b dan η_i sepanjang range indeks I dan b. Sedangkan ζ_j adalah *inner residual variabel*.

Inner model merupakan pengujian terhadap model structural dilakukan dengan melihat nilai R-square sebagai uji *goodness of fit model*. Selain itu juga dilakukan uji signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi t-statistiknya.

3. Analisis Jalur

Analisis jalur pada prinsipnya adalah melakukan analisis terhadap model jalur dari suatu diagram yang menghubungkan antara variabel *independen* (eksogen), *intervening* (eksogen/endogen), dan *dependen* (endogen). Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah dari variabel eksogen ke variabel endogen. Menurut Sarwono (2007), analisis jalur dapat dilakukan dengan menghitung pengaruh langsung (*Direct Effect*), pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*), dan pengaruh total (*Total Effect*), dengan formula sebagai berikut:

- a. Pengaruh Langsung
 - $X_n \rightarrow Y_1 =$ sebesar koefisien parameter sesuai output (a)
 - $X_n \rightarrow Y_2 =$ sebesar koefisien parameter sesuai output (b)
 - $Y_1 \rightarrow Y_2 =$ sebesar koefisien parameter sesuai output (c)
- b. Pengaruh Tidak Langsung
 - $X_n \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 =$ sebesar a x c
- c. Pengaruh Total
 - $X_n \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 =$ sebesar a + c

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

1) Variabel *Reward* (X₁)

Tabel : 1. Distribusi Frekuensi Variabel *Reward*

BUTIR SOAL (X1)	SS		S		N		TS		STS		JUMLAH	
	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%
1	28	48,28	25	43,1	5	8,62	0	0,0	0	0	58	100
2	13	22,41	21	36,2	16	27,6	6	10,3	2	3,45	58	100
3	20	34,48	24	41,4	12	20,7	2	3,4	0	0	58	100
4	12	20,69	23	39,7	16	27,6	5	8,6	2	3,45	58	100
5	4	6,897	18	31,0	23	39,7	8	13,8	5	8,62	58	100
JUMLAH	77	26,55	111	38,3	72	24,8	21	7,2	9	3,1	290	100

Dari tabel di atas diketahui bahwa 26,55% responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap realisasi pemberian *reward* di STMIK AKAKOM Yogyakarta; 38,3% responden menyatakan “Setuju”; 24,8% responden menyatakan “Netral”; 7,2% responden menyatakan “Tidak Setuju”; dan

3,1% responden menyatakan “Sangat Tidak Setuju”.

2) Variabel *Punishment* (X₂)

Tabel : 2. Distribusi Frekuensi Variabel *Punishment*

BUTIR SOAL (X1)	SS		S		N		TS		STS		JUMLAH	
	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%
1	19	33	31	53	5	9	2	3	1	2	58	100
2	15	26	35	60	6	10	1	2	1	2	58	100
3	13	22	35	60	5	9	4	7	1	2	58	100
4	21	36	29	50	6	10	1	2	1	2	58	100
5	9	16	35	60	8	14	4	7	2	3	58	100
6	11	19	38	66	6	10	2	3	1	2	58	100
7	27	47	28	48	3	5	-	-	-	-	58	100
8	17	29	36	62	4	7	1	2	-	-	58	100
9	13	22	39	67	5	9	1	2	-	-	58	100
JUMLAH (X1)	145	28	306	59	48	9	16	3	7	1	522	100

Dari tabel di atas diketahui bahwa 28% responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap realisasi pemberian *punishment* di STMIK AKAKOM Yogyakarta; 59% responden menyatakan “Setuju”; 9% responden menyatakan “Netral”; 3% responden menyatakan “Tidak Setuju”; dan 1% responden menyatakan “Sangat Tidak Setuju”.

3) Variabel Kepuasan Kerja (Y₁)

Dari tabel 3 diketahui bahwa 14,33% responden menyatakan “Sangat Tinggi” terhadap kepuasan kerja pegawai di STMIK AKAKOM Yogyakarta; 62,5% menyatakan “Tinggi”; 17,1% menyatakan “Biasa Saja”; 4,6% menyatakan “Rendah”; dan 1,4% responden menyatakan “Sangat rendah”.

Tabel : 3. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Kerja

BUTIR SOAL (X1)	SS		S		N		TS		STS		JUMLAH	
	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%
1	12	20,69	40	69,0	6	10,3	0	0,0	0	0	58	100
2	10	17,24	43	74,1	4	6,9	1	1,7	0	0	58	100
3	12	20,69	45	77,6	1	1,72	0	0,0	0	0	58	100
4	9	15,52	35	60,3	12	20,7	2	3,4	0	0	58	100
5	7	12,07	33	56,9	15	25,9	2	3,4	1	1,72	58	100
6	10	17,24	28	48,3	12	20,7	6	10,3	2	3,45	58	100
7	8	13,79	28	48,3	14	24,1	6	10,3	2	3,45	58	100
8	7	12,07	35	60,3	10	17,2	5	8,6	1	1,72	58	100
9	8	13,79	36	62,1	11	19	3	5,2	0	0	58	100
10	9	15,52	39	67,2	7	12,1	3	5,2	0	0	58	100
11	12	20,69	46	79,3	0	0	0	0,0	0	0	58	100
12	12	20,69	39	67,2	6	10,3	1	1,7	0	0	58	100
13	1	1,724	14	24,1	29	50	10	17,2	4	6,9	58	100
14	9	15,52	39	67,2	8	13,8	1	1,7	1	1,72	58	100
15	4	6,897	42	72,4	9	15,5	3	5,2	0	0	58	100
16	3	5,172	38	65,5	15	25,9	0	0,0	2	3,45	58	100
JUMLAH (X1)	133	14,33	580	62,5	159	17,1	43	4,6	13	1,4	928	100

4) Variabel Kinerja (Y₂)

Tabel : 4. Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja

BUTIR SOAL (X1)	SS		S		N		TS		STS		JUMLAH	
	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%	FREK	%
1	9	15,52	25	43,1	13	22,41	11	19,0	0	0	58	100
2	10	17,24	20	34,5	20	34,48	8	13,8	0	0	58	100
3	10	17,24	25	43,1	16	27,59	7	12,1	0	0	58	100
4	5	8,621	31	53,4	18	31,03	4	6,9	0	0	58	100
5	6	10,34	22	37,9	17	29,31	13	22,4	0	0	58	100
6	4	6,897	36	62,1	13	22,41	5	8,6	0	0	58	100
7	9	15,52	34	58,6	11	18,97	4	6,9	0	0	58	100
8	14	24,14	28	48,3	11	18,97	5	8,6	0	0	58	100
9	13	22,41	36	62,1	8	13,79	1	1,7	0	0	58	100
10	11	18,97	30	51,7	15	25,86	2	3,4	0	0	58	100
11	13	22,41	35	60,3	9	15,52	1	1,7	0	0	58	100
JUMLAH (X1)	104	16,3	322	50,5	151	23,67	61	9,6	0	0	638	100

Dari tabel di atas diketahui bahwa 16,3% responden menyatakan “Sangat Tinggi” terhadap kinerja pegawai di STMIK AKAKOM Yogyakarta; 50,5% responden menyatakan “Tinggi”; 23,67% responden menyatakan “Biasa Saja”; dan 9,6% responden menyatakan “Rendah”.

Analisis Inferensial

1) R² untuk variabel laten endogen
 R² mengindikasikan hubungan beberapa variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Jika R² semakin besar atau mendekati 1, maka model makin tepat.

Tabel : 5 R Square (R²)

X ₁	
X ₂	
Y ₁	0,416966
Y ₂	0,124012

Sumber : Output smartPLS

Tabel di atas memberikan nilai R Square 0,416966 untuk Y₁ (Kepuasan Kerja) yang berarti bahwa variabel X₁ (Reward), dan X₂ (Punishment) mampu menjelaskan variabel Y₁ (Kepuasan Kerja) sebesar 41,69%. Nilai R Square juga terdapat pada Y₂ yaitu sebesar 0,124012 yang berarti bahwa variabel X₁ (Reward), X₂ (Punishment), dan Y₁ (Kepuasan Kerja) mampu menjelaskan variabel Y₂ (Kinerja) sebesar 12,40%.

2) Koefisien Parameter dan T-Statistik

Koefisien parameter dan T-Statistik mengindikasikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya, yang selanjutnya diuji dengan T-Statistik. Nilai T-tabel pada α = 0,05 uji satu arah (one tailed) dengan db=53 adalah 1,6741

Tabel : 6. Koefisien Parameter dan T-Statistik

	Original Sampel (Koefisien Parameter)	T Statistics	Keterangan
X ₁ -> Y ₁	0,146543	0,507158	Tidak signiikan
X ₂ -> Y ₂	0,228562	0,622174	Tidak signiikan
X ₂ -> Y ₁	0,170032	0,481422	Tidak signiikan
X ₂ -> Y ₂	-0,366666	0,999033	Tidak signiikan
Y ₁ -> Y ₂	0,325029	0,644933	Tidak signiikan

Sumber : Output smartPLS

Tabel di atas menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat sebagai berikut :

- a) Besarnya koefisien parameter variabel *reward* (X₁) terhadap variabel kepuasan kerja (Y₁) sebesar 0,146543 sehingga menunjukkan bahwa variabel *reward* (X₁) terhadap variabel kepuasan kerja (Y₁) mempunyai pengaruh positif sebesar 14,65%. Sedangkan besarnya nilai T-Statistics 0,507158 (< t tabel 1,6741), nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *reward* (X₁) terhadap variabel kepuasan kerja (Y₁) tidak signifikan.
- b) Besarnya koefisien parameter variabel *punishment* (X₂) terhadap variabel kepuasan kerja (Y₁) sebesar 0,170032 sehingga menunjukkan bahwa variabel *punishment* (X₂) terhadap variabel kepuasan kerja (Y₁) mempunyai pengaruh positif sebesar 17,00%. Sedangkan besarnya nilai T-Statistics 0,481422 (< t tabel 1,6741), nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *punishment* (X₂) terhadap variabel kepuasan kerja (Y₁) tidak signifikan.
- c) Besarnya koefisien parameter variabel *reward* (X₁) terhadap variabel kinerja pegawai (Y₂) sebesar 0,228562 sehingga menunjukkan bahwa variabel *reward* (X₁) terhadap variabel kinerja (Y₂) mempunyai pengaruh positif sebesar 22,86%. Sedangkan besarnya nilai T-Statistics 0,622174 (< t tabel 1,6741), nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *reward* (X₁) terhadap variabel kinerja (Y₂) tidak signifikan.
- d) Besarnya koefisien parameter variabel *punishment* (X₂) terhadap variabel kinerja pegawai (Y₂) sebesar -0,366666 sehingga menunjukkan bahwa variabel *punishment* (X₂) terhadap variabel kinerja

(Y₂) mempunyai pengaruh negatif sebesar -36,67%. Sedangkan besarnya nilai T-Statistics 0,999033 (< t tabel 1,6741), nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *punishment* (X₂) terhadap variabel kinerja (Y₂) tidak signifikan.

- e) Besarnya koefisien parameter variabel kepuasan kerja (Y₁) terhadap variabel kinerja pegawai (Y₂) sebesar 0,325029 sehingga menunjukkan bahwa variabel kepuasan kerja (Y₁) terhadap variabel kinerja (Y₂) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,325029 sehingga menunjukkan bahwa variabel kepuasan kerja (Y₁) terhadap variabel kinerja (Y₂) mempunyai pengaruh positif sebesar 32,50%. Sedangkan besarnya nilai T-Statistik 0,644933 (< t-tabel 1,6741), nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel kepuasan kerja (Y₁) terhadap variabel kinerja (Y₂) tidak signifikan.

Analisis Jalur

Analisis jalur pada prinsipnya melakukan analisis terhadap model jalur dari suatu diagram yang menghubungkan antara variabel *independen* (eksogen), *intervening* (eksogen/endogen), dan *dependen* (endogen). Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah dari variabel eksogen ke variabel endogen. Analisis jalur dapat dilakukan dengan menghitung pengaruh langsung (*Direct Effect*), pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*), dan pengaruh total (*Total Effect*). Output smartPLS dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur khususnya *Direct Effect*, *Total Effect* dan t-statistik seperti tabel berikut :

Tabel : 7. Koefisien Jalur dan T-Statistik

Fungsi Endogen	Direct Effect				Total Effect		
	Kepuasan Kerja		Kinerja Pegawai		Kinerja Pegawai		
	(Y1)		(Y2)		(Y2)		
Fungsi Eksogen	Koef	T-Stat	Koef	T-Stat	Koef	T-Stat	
Reward	X1	0,146543	0,507158	0,228562	0,622174	0,276193	0,827851
Punishment	X2	0,170032	0,481422	-0,366666	0,999033	-0,311401	0,832041
Kepuasan Kerja	Y1	-	-	0,325029	0,644933	-	-

Sumber: Output smartPLS

Berdasarkan koefisien jalur sebagaimana tabel di atas dapat ditafsirkan sebagai berikut:

- a. *Reward* lebih berpengaruh terhadap kinerja pegawai dibandingkan terhadap kepuasan kerja. Terhadap kepuasan kerja sebesar 0,146543 (T-stat 0,507158) sedangkan terhadap kinerja pegawai sebesar 0,228562 (T-stat 0,622174), namun demikian pengaruhnya sama-sama positif. Hal ini menyebabkan total effect-nya naik menjadi 0,276193 (T-stat 0,827851).
- b. *Punishment* lebih berpengaruh terhadap kepuasan kerja pegawai dibandingkan terhadap kinerja. Terhadap *punishment* sebesar 0,170032 (T-stat 0,481422) sedangkan terhadap kinerja pegawai sebesar -0,366666 (T-stat 0,999033), namun demikian pengaruhnya untuk *punishment* positif, sedangkan untuk kinerja negatif. Hal ini menyebabkan total effect-nya naik menjadi -0,311401 (T-stat 0,832041).
- c. Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai sebesar 0,325029 (T-stat 0,644933).
- d. Memperhatikan kondisi tersebut dapat dikatakan bahwa kepuasan kerja berperan meningkatkan pengaruh *reward* terhadap kinerja pegawai dan pengaruh *punishment* terhadap kinerja pegawai. Dengan demikian STMIK AKAKOM Yogyakarta, dalam rangka meningkatkan kinerja pegawai perlu memperhatikan faktor kepuasan kerja.

SIMPULAN

- 1. *Reward* berpengaruh positif dan non signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai, artinya pemberian *reward* akan meningkatkan kepuasan kerja pegawai
- 2. *Punishment* berpengaruh positif dan non signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai, artinya pemberian *punishment* juga akan meningkatkan kepuasan kerja pegawai

3. *Reward* dan *Punishment* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja sebesar 41,69%
4. *Reward* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai, artinya pemberian *reward* akan meningkatkan kinerja pegawai.
5. *Punishment* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai, artinya pemberian *punishment* akan menurunkan kinerja pegawai.
6. Kepuasan kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai, artinya semakin puas pegawai maka kinerja pegawai semakin tinggi.
7. *Reward*, *Punishment* dan Kepuasan Kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja sebesar 12,46%

Daftar Pustaka

- [1] Handoko, Hani T, 2000, *Manajemen*, Edisi kedua, BPFE, Yogyakarta.
- [2] <http://yusrizalfirzal.wordpress.com/2010/11/22/kajian-teori-kerangka-konseptual-dan-hipotesis/>
- [3] Mangkunegara, A. Anwar Prabu, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- [4] Robbins, Stephen P., 1996, *Organizational Behavior: Concepts, Controversies, Applications*, Seventh Edition, Prentice-Hall, Inc., New Jersey
- [5] Sedarmayanti, 2003, *Sumber Daya Manusia dan produktivitas kerja*, Cetakan kedua, Penerbit CV Mandar Maju.Bandu



UPAJIWA

Jurnal Online Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daerah Rakyat

PRODI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
upajywa_mm@ustjogja.ac.id

e-ISSN: 2579-535X
p-ISSN: 2641-0853

jurnalfe.ustjogja.ac.id

ANALISIS KINERJA KARYAWAN DARI PERSPEKTIF MOTIVASI (STUDI KASUS BALAI KESEHATAN MASYARAKAT MAGELANG)

Siti Atika Widiastuti
Magister Manajemen UST
Sarwidiastuti@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the effect of compensation, competence and organizational culture with work motivation as intervening variable towards work performance of the employees at Magelang Public Health Center. The conclusions in this research are: 1) Compensation has positive yet insignificant effect towards work motivation; 2) Competence has positive and significant result towards Work Motivation; 3) Organizational culture has positive and significant result towards Work Motivation; 4) Compensation, Competence and Organizational culture as together bring positive and significant result towards Work Motivation; 5) Compensation has negative and insignificant effect on Performance; 6) Competence has positive yet insignificant effect on Performance; 7) Organizational Culture has negative and insignificant effect on Performance; 8) Employee Motivation has positive yet insignificant effect on Performance; 9) Compensation on Competence, Organizational Culture and Work Motivation affected each other, but insignificant towards work performance.

Keywords: Compensation, Competence, Organizational Culture, Work Motivation, Performance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kompensasi, Kompetensi dan budaya organisasi dengan variabel intervening Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Balai Kesehatan Masyarakat Magelang. Simpulan dalam penelitian ini adalah: 1) Kompensasi memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap motivasi kerja; 2) Kompetensi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja 3) Budaya organisasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja; 4) Kompensasi, Kompetensi dan Budaya Organisasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja; 5) Kompensasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kinerja; 6) Kompetensi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja; 7) Budaya Organisasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kinerja; 8) Motivasi Kerja Karyawan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja; 9) Kompensasi Kompetensi, Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja secara bersama – sama berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja.

Kata kunci: Kompensasi, Kompetensi, Budaya Organisasi, Motivasi Kerja, Kinerja

PENDAHULUAN

Balai Kesehatan Masyarakat (BALKESMAS) adalah suatu organisasi medis yang profesional terorganisir serta sarana kedokteran menetap yang menyelenggarakan pelayanan kedokteran, asuhan keperawatan berkesinambungan, diagnosis serta pengobatan penyakit..

Pencapaian Visi dan Misi di BALKESMAS-Magelang diukur utamanya dari tingkat keberhasilan dalam bidang pelayanan kesehatan masyarakat, yang tercermin dari tingkat kinerja karyawan. Maka untuk mengukur tingkat pencapaian kinerja tersebut, penelitian dan analisis faktor-faktor (variabel-variabel) seperti kompensasi, kompetensi, dan budaya organisasi menggunakan motivasi sebagai variabel intervening, atau kacamata/ perspektif peneropong kinerja. Tentang faktor kompensasi, di lingkungan BALKESMAS-Magelang, permasalahannya masih adanya indikasi kelemahan dalam hal pemberian kompensasi (tunjangan perbaikan penghasilan). Indikasinya adalah pemberian “tunjangan perbaikan penghasilan” hanya berdasarkan golongan kepegawaian, belum memasukkan unsur “beban kerja” (*overload* dan *overtime*). Hal itu nampaknya menyebabkan penurunan kinerja dari karyawan.

Mengenai faktor kompetensi, ada juga indikasi kelemahannya, masih ada beberapa karyawan yang kompetensinya belum mencapai tuntutan jabatannya. Akibatnya di BALKESMAS-Magelang banyak pekerjaan yang tidak selesai tepat pada waktunya. Dampak lebih jauh, sebagian besar karyawan yang berkompeten mendapatkan tugas tambahan yakni: menyelesaikan tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh karyawan yang kurang kompeten.

Mengenai faktor budaya organisasi, juga ada indikasi kelemahannya. Salah satu elemen penting pada suatu organisasi pelayanan kesehatan adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia dalam sebuah lembaga hanya akan menjadi efektif atau menghasilkan kinerja yang baik,

apabila terorganisasikan dengan baik pula. Tanda bahwa organisasi itu baik adalah bahwa budaya organisasinya juga baik. Budaya organisasi yang baik diindikasikan oleh taat dan tertibnya karyawan dalam mematuhi aturan dan kebiasaan-baik organisasi, atau disebut Standar Operasional Prosedural (SOP). Patuh yang menjadi budaya itu terjadi kalau keluar dari hati yang merdeka dan bukan karena kerterpaksaan, atau istilah lainnya adalah: komitmen. Di lingkungan BALKESMAS-Magelang, kinerja karyawan, menunjukkan adanya ketidak-stabilan kadang bagus, kadang tidak- tergantung dari ada tidaknya pengawasan. Di sini ada persoalan komitmen. Tambahan lagi, SOP juga masih sepotong-potong, hingga pembagian tugas dan koordinasi antar bagian tidak jelas. Sudah seperti itu, pimpinan terlalu sering berganti (dalam 2 tahun ini pimpinan berganti 3 kali), padahal mereka belum sempat memperbaiki dan melengkapi SOP, apalagi mempratekannya. Hal itulah kemungkinan yang menyebabkan masih rendahkan kinerja karyawan.

Semua kelemahan tersebut di atas, mempengaruhi motivasi para karyawan. Indikasi dari lemahnya motivasi di lingkungan BALKESMAS-Magelang antara lain kurangnya kreativitas untuk menciptakan terobosan-terobosan baru dalam pelayanan kesehatan masyarakat.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Kompensasi

Menurut Suparyadi (2015) “Kompensasi merupakan imbalan yang diberikan oleh organisasi/perusahaan sebagai penghargaan atas kontribusi yang diberikan oleh karyawan terhadap upaya pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Mangkunegara (2002) mengatakan, bahwa kompensasi yang diberikan kepada pegawai sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan kerja, motivasi kerja, serta hasil kerja. Kompensasi menurut Sinambela (2016) adalah total dari semua penghargaan yang diberikan pada para pegawai sebagai atas

imbangan atas jasa yang diberikan kepada organisasi.

Kadarisman (dalam Edison.dkk., 2016) mengatakan bahwa sistem kompensasi yang baik, merupakan sistem yang mampu menjamin kepuasan para anggota organisasi/perusahaan yang pada gilirannya memungkinkan organisasi/perusahaan memperoleh, memelihara, serta mempekerjakan karyawan yang berkinerja tinggi untuk kepentingan bersama. Menurut Peraturan Gubernur No 43 tahun 2015 Tambahan Penghasilan adalah penghasilan dalam bentuk uang di luar gaji, tunjangan yang diberikan oleh Pemerintah daerah kepada PNS yang ditetapkan oleh Gubernur dan bersumber pada APBD.

2. Kompetensi

Menurut Suparyadi (2015), kompetensi adalah perpaduan antara pengetahuan, keterampilan / keahlian, dan nilai / sikap / perilaku. Lebih jauh, Laksmono (2004) mengatakan bahwa kompetensi adalah karakteristik yang mendasari seseorang untuk berkinerja tinggi dalam pekerjaannya. Karakteristik ini dapat muncul dalam bentuk pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan kemampuan (*abilities*) lain. Artinya yang diunggulkan jangan hanya pengetahuan dan keterampilan saja, melainkan juga faktor perilaku. Kemampuan lain, termasuk nilai-nilai atau kepribadian seseorang, juga menentukan keberhasilan pekerjaan. Menurut Emron,dkk (2016) kompetensi adalah kemampuan individu untuk melaksanakan pekerjaan dengan benar. Itu mengandaikan orang tersebut memiliki keunggulan yang didasarkan pada hal-hal yang menyangkut pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*), dan sikap (*attitude*). Menurut Undang-Undang Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003 Pasal 1 ayat 10, kompetensi kerja adalah kemampuan kerja setiap individu yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Bagi individu kompetensi dapat didefinisikan sebagai kombinasi pengetahuan, keahlian,

dan keahlian yang mempengaruhi kinerja. Namun definisi tentangnya dapat sangat beragam dan berbeda dari satu orang dengan lainnya. Boyatzis mengutip Spencer dan Spencer (1993 :9) mengatakan kompetensi adalah karakteristik individu yang secara mendasar dan secara kausal berhubungan dengan efektifitas atau kinerja yang baik. *Underlying characteristics* memiliki arti bahwa kompetensi adalah bagian dari kepribadian yang mendalam dan melekat pada seseorang, serta perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan. Guion mengutip Spencer dan Spencer (1993:9) mengatakan: “Kompetensi adalah karakteristik yang paling mendasar dari individu dan menunjukkan cara berperilaku dan berfikir, membuat kesimpulan dari keadaan yang luas, dan memiliki pemikiran yang dapat diterima dengan akal yang dapat bertahan sepanjang waktu. Menurut Spencer dan Spencer (1993:15) pada saat ini banyak organisasi tertarik pada manajemen yang mengartikan kompetensi sebagai “bagaimana” kinerja dilaksanakan. Kompetensi adalah perpaduan antara keterampilan (*skill*), atribut personal, dan pengetahuan (*knowledge*). Faktor-faktor tersebut dapat tercermin di dalam perilaku kinerja (*job behaviour*) yang dapat dievaluasi. Kompetensi dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

- a. *Hard competency* adalah kompetensi yaitu berkaitan dengan kemampuan fungsional/teknis suatu pekerjaan. Contoh dari *hard competency* antara lain adalah *marketing research*, *financial analysis*, dan *manpower planning*.
- b. *Soft competency* adalah berkaitan dengan kemampuan untuk mengelola proses pekerjaan, hubungan antar manusia dan membangun interaksi dengan orang lain. Contoh *soft competency* adalah komunikasi (*communication*), kepemimpinan (*leadership*), dan hubungan antar pribadi (*interpersonal relation*).

3. Budaya Organisasi

Menurut Edison, dkk (2016: 119): “Budaya organisasi merupakan hasil dari suatu proses mencairkan dan meleburkan gaya budaya dan atau tiap individu yang dibawa sebelumnya kedalam sebuah norma norma dan filosofi yang baru yang memiliki energi serta kebanggaan kelompok dalam menghadapi sesuatu dan tujuan tertentu”. Budaya organisasi menurut Pearce dan Robinson (dalam E.Edison, dkk, 2016; 119) mengemukakan bahwa sekelompok asumsi penting (yang seringkali tidak dinyatakan jelas) yang dipegang bersama oleh anggota anggota suatu organisasi. Menurut Gibson (1997) mendefinisikan budaya organisasi sebagai sistem yang menembus nilai –nilai, keyakinan, dan norma yang ada di setiap organisasi. Menurut Robins (dalam Edison, dkk,2016) mengemukakan bahwa budaya organisasi merupakan nilai nilai bersama, prinsip, tradisi dan cara melakukan hal -hal yang mempengaruhi cara anggota organisasi bertindak.

4. Kinerja

Kinerja menurut Edison, dkk., (2016), adalah hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Mangkunegara (2002), bahwa faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja adalah: 1) faktor Kemampuan (*ability*); 2) faktor motivasi (*motivation*). Gibson dkk. (dalam Sinambela, 2016), mengemukakan bahwa kinerja individu dipengaruhi oleh 6 faktor, yaitu: 1) harapan mengenai imbalan; 2) dorongan; 3) kemampuan; kebutuhan dan sifat; 4) persepsi terhadap terhadap tugas; 5) imbalan internal dan eksternal; 6) persepsi tentang tingkat imbalan dan kepuasan kerja, kinerja dan produktifitas kerja, kemampuan membayar, keadilan membayar, suplai dan permintaan tenaga kerja.

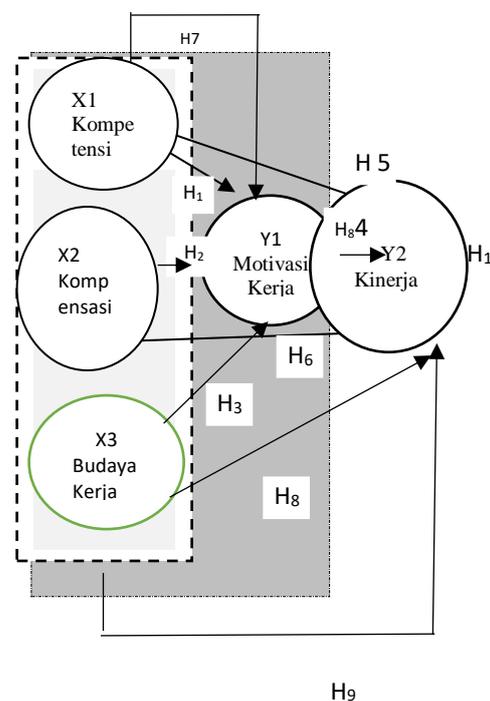
5. Motivasi Kerja

Menurut Suparyadi (2015) , “motivasi adalah dorongan yang

disebabkan oleh suatu kebutuhan (karsa) yang menggerakkan atau mengarahkan perilaku individu guna mencapai tujuan tertentu “. Motivasi menurut Sperling, A. (dalam Mangkunegara, 2002) didefinisikan sebagai suatu kecenderungan untuk beraktifitas, dimulai dari dorongan dalam diri dan diakhiri dengan penyesuaian diri. Menurut Wexley & Yukl (Bangun 2012), motivasi adalah suatu proses dengan mana perilaku didorong dan diarahkan.

Menurut Porter & Lawler (1968), Vroom (1964) dalam Sedarmayanti (2013) “motivasi sebagai proses dengan mana perilaku ditumbuhkan , diarahkan, dan dipertahankan selam berjalannya waktu”. Menurut Luthan (dalam Edison, E.dkk., 2016), motivasi adalah kebutuhan yang mendorong untuk mencapai tujuan. Ada tiga hal yang berinteraksi serta saling bergantung pada elemen kebutuhan (*needs*), dorongan (*drives*), dan tujuan (*goals*). Menurut Teori Maslow (dalam Mangkunegaran, 2002) merupakan suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antara sikap,kebutuhan, persepsi dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang.

KERANGKA PIKIR



Gambar 1. Kerangka Pikir

HIPOTESIS:

- H1 Kompensasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.
- H2 Kompetensi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.
- H3 Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.
- H4 Kompensasi, Kompetensi dan Budaya Organisasi secara simultan berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.
- H5 Kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.
- H6 Kompetensi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.
- H7 Budaya Organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.
- H8 Motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.
- H9 Kompetensi, Kompensasi, Budaya organisasi dan Motivasi kerja secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.

METODOLOGI PENELITIAN**Subyek, Obyek Penelitian dan Sampel Penelitian****Subyek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah Kompensasi, Kompetensi, Budaya organisasi, Motivasi kerja, dan Kinerja karyawan.

Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang yang mana karyawan berjumlah 55 orang.

Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Instrumen Penelitian**Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (Variabel bebas) adalah 1) Kompetensi; 2) Kompensasi. 3) Budaya Kerja. Variabel Dependen (Variabel terkait) adalah kinerja. Variabel Intervening adalah Motivasi Kerja.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner kepada karyawan, daftar pertanyaan yang diisi responden dengan menggunakan skala likert (*likert scale*), dengan menggunakan katagori dan skoring

Tabel 2
Kategori dan Skoring

Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan, 2010: 13

Uji Instrumen**1. Uji Validitas**

Dinyatakan signifikan jika, nilai sig. dua sisi dibawah 0,05 — atau nilai *pearson correlation* (r hitung) diatas r tabel.

Koefisien korelasi item-total dengan *Bivariate Pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Dimana:

Rix = Koefisien korelasi item-total
(*bivariate pearson*)

i = Skor item n = Banyaknya subyek

x = Skor Total

Pengujian dilakukan dengan menggunakan *software SPSS ver. 17.0*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas menggunakan metode *Alpha (Cronbach’s)* dengan taraf signifikansi 0,05 (Wiyono, 2011:143). Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai alpha > nilai *r product moment*. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang baik jika diperoleh nilai alpha kurang dari 0,6, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Adapun rumus reliabilitas dengan metode *Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Pengelompokkan dilakukan terhadap masing-masing variabel yang dikategorikan menjadi 5 (lima) dari skor 1 sampai dengan 5. Untuk mengelompokkan data pada masing-masing kategori tersebut, perlu dibuat *range* (interval) dengan rumus berikut ini,

$$Int = \frac{\sum s_{max} - \sum s_{min}}{\sum_{i=1}^n k_i}$$

2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial dalam penelitian ini adalah alat analisis yang digunakan adalah *Patial Least Square (PLS)*, yaitu SEM yang berbasis *variance*, dengan *software SmartPLS 3.0*. Tahapan pengujian PLS dilakukan sebagai berikut:

Uji Indikator

Uji indikator atau disebut juga *Outer model* atau *measurement model* adalah menguji hubungan antara indikator terhadap variabel konstraknya, dari uji indikator ini

diperoleh output validitas dan realibilitas model yang diukur dengan kriteria: *Convergent Validity, Discriminant Validity, dan Composite Reliability*.

Uji Hipotesis

Pengujian terhadap model structural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* sebagai uji *goodness of fit model*. Selain itu juga dilakukan uji signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi t-statistiknya.

Kriteria penilaian PLS

Tabel 3

Kriteria Penilain PLS

UJI MODE L	OUT PUT	KRITERIA
<i>Outer Model</i> (Uji Indikator)	Evaluasi Model Pengukuran a. <i>Convergent Validity</i> b. <i>Discriminant Validity</i> c. <i>Composite Reliability</i>	a. Nilai <i>loading factor</i> harus diatas 0,50 b. Setiap indikator memiliki <i>loading</i> lebih tinggi terhadap konstraknya dibandingkan dengan terhadap konstruk yang lainnya. c. <i>Composite reliability</i> nilai harus diatas 0,60
<i>Inner Model</i> (hipotesis)	Evaluasi Model Struktural a. R2 untuk variabel latent endogen b. Estimasi koefisien jalur (Koefisien Parameter dan T-Statistik)	a. Hasil R2 sebesar 0,67; 0,33; dan 0,19 mengindikasikan bahwa model “Baik”, “Moderat”, dan “Lemah”(Chin,1998). b. Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan, yang dapat

		diperoleh dengan prosedur <i>bootstrapping</i>
--	--	--

Sumber: Chin (dalam Gozali, 2008)

Analisis Jalur

Menurut Sarwono (2007), analisis jalur dapat dilakukan dengan menghitung pengaruh langsung (*Direct Effect*), pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*), dan pengaruh total (*Total Effect*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian.

Deskriptif Karakteristik Responden Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin dari 56 karyawan di BALKESMAS Magelang menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 31 responden dengan prosentase sebesar 55%, sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin wanita berjumlah 25 responden dengan prosentase sebesar 25% dari total keseluruhan responden.

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden dari 56 Karyawan di BALKESMAS Magelang menunjukkan bahwa jumlah responden yang berusia 21-30 tahun berjumlah 6 responden dengan prosentase sebesar 10%, responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 15 responden dengan prosentase sebesar 27%, responden yang berusia 41-50 tahun berjumlah 23 responden dengan prosentase sebesar 21%, dan responden yang berusia >51 tahun berjumlah 12 responden dengan prosentase sebesar 21% dari total keseluruhan responden sebanyak 56 orang.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan Pendidikan terakhir responden dari 56 Karyawan di BALKESMAS Magelang menunjukkan bahwa jumlah responden yang memiliki latar belakang pendidikan S1 berjumlah 23 responden dengan prosentase sebesar 41%,

jumlah responden yang memiliki latar belakang pendidikan Diploma berjumlah 17 responden dengan prosentase sebesar 31%, jumlah responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMA berjumlah 14 responden dengan prosentase sebesar 25%, dan jumlah responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMP berjumlah 2 responden dengan prosentase sebesar 3% dari total keseluruhan responden sebanyak 56 orang.

Deskripsi Responden Berdasarkan Masa Kerja

Berdasarkan Masa Kerja responden dari 56 Karyawan di BALKESMAS Magelang menunjukkan bahwa jumlah responden yang memiliki masa kerja 3-5 tahun berjumlah 2 responden dengan prosentase sebesar 3%, jumlah responden yang memiliki masa kerja 6 -10 tahun berjumlah 16 responden dengan prosentase sebesar 29%, dan jumlah responden yang memiliki masa kerja > 11 tahun berjumlah 38 responden dengan prosentase sebesar 67% dari total keseluruhan responden sebanyak 56 orang.

Uji Instrumen

Variabel Kompensasi

Variabel Kompensasi di ukur dengan menggunakan 5 butir pernyataan, dengan hasil uji validitas dan reliabilitasmenunjukan semua butir pengukur variabel Kompensasi dinyatakan valid karena mempunyai korelasi dengan taraf signifikansi < 0,05. Demikian pula dengan uji reliabilitas, diketahui bahwa harga *Cronbach's alpha* > 0,7 yaitu 0,819 sehingga butir pengukur variable Kompensasi dinyatakan reliabel.

Variabel Kompetensi

Variabel Kompetensi di ukur dengan menggunakan 8 butir pernyataan, dengan hasil uji validitas dan reliabilitas bahwa pada variabel Kompetensi ada satu butir yang tidak valid karena mempunyai korelasi dengan taraf signifikan >0,05, sedangkan butir pengukur lainnya

dinyatakan valid karena mempunyai korelasi dengan taraf signifikansi $< 0,05$. Demikian pula dengan uji reliabilitas, diketahui bahwa harga *Cronbach's alpha* $> 0,7$ yaitu $0,766$ sehingga butir pengukur variabel Kompetensi dinyatakan reliabel.

Variabel Budaya Organisasi

Variabel Budaya Organisasi di ukur dengan menggunakan 15 butir pernyataan, dengan hasil uji validitas dan reliabilitas bahwa semua butir pengukur variabel Budaya Organisasi dinyatakan valid karena semua butir mempunyai korelasi dengan taraf signifikansi $< 0,05$. Demikian pula dengan uji reliabilitas, diketahui bahwa harga *Cronbach's alpha* $> 0,7$ yaitu $0,862$ sehingga butir pengukur variabel Budaya Organisasi dinyatakan reliabel.

Variabel Motivasi Kerja

Variabel Motivasi Kerja di ukur dengan menggunakan 13 butir pernyataan, dengan hasil uji validitas dan reliabilitas bahwa pada variabel Motivasi Kerja ada satu butir yang tidak valid karena mempunyai korelasi dengan taraf signifikan $> 0,05$, sedangkan butir pengukur lainnya dinyatakan valid karena mempunyai korelasi dengan taraf signifikansi $< 0,05$. Demikian pula dengan uji reliabilitas, diketahui bahwa harga *Cronbach's alpha* $> 0,7$ yaitu $0,889$ sehingga butir pengukur variabel Motivasi Kerja dinyatakan reliabel.

Variabel Kinerja Karyawan

Variabel Kinerja Karyawan di ukur dengan menggunakan 13 butir pernyataan, dengan hasil uji validitas dan reliabilitas bahwa semua butir pengukur pada variabel Kinerja Karyawan dinyatakan valid karena mempunyai korelasi dengan taraf signifikansi $< 0,05$. Sedangkan uji reliabilitas, diketahui bahwa harga *Cronbach's alpha* $> 0,7$ yaitu $0,781$ sehingga butir pengukur variabel Kinerja Karyawan dinyatakan reliabel.

Analisis Deskriptif

Variabel Kompensasi (X1)

Untuk mengetahui deskriptif secara keseluruhan digunakan nilai skor total maksimum yaitu 25 (5×5) dan nilai total skor minimum yaitu 5 (5×1). Sehingga diperoleh interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) / \text{Jumlah Kategori} = (25 - 5) / 5 = 5$$

Dari 56 responden yang menyatakan persepsinya “Sangat Setuju” terhadap Kompensasi di BALKESMAS Magelang ada 14 responden (25%), yang menyatakan “Setuju” 36 responden (64%), 4 responden menyatakan “Netral” (4%), dan 1 responden (2%) menyatakan “Sangat Tidak Setuju”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kompensasi di BALKESMAS Magelang sangat baik.

Dari hasil penelitian menunjukkan Kompensasi pada kuesioner dapat diketahui 59% responden menyatakan “Setuju” butir pertanyaan 4 (59%) yang berbunyi : “TPP sudah sesuai dengan masa kerja” dan “TPP yang saya peroleh sepadan dengan keterampilan, pengalaman serta kemampuan yang saya miliki”.

Variabel Kompetensi (X2)

Untuk mengetahui deskriptif secara keseluruhan digunakan nilai skor total maksimum yaitu 40 (8×5) dan nilai total skor minimum yaitu 8 (8×1). Sehingga diperoleh interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) / \text{Jumlah Kategori} = (40 - 8) / 5 = 6$$

Dari 56 responden yang menyatakan persepsinya “Sangat Setuju” terhadap Kompetensi di BALKESMAS Magelang ada 35 responden (62%), yang menyatakan “Setuju” ada 20 responden (35%), dan yang menyatakan persepsinya “Netral” ada 1 responden (2%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kompetensi di BALKESMAS Magelang adalah baik.

Dari hasil penelitian menunjukkan Variabel Kompetensi pada kuesioner dapat diketahui bahwa Kompetensi di

BALKESMAS Magelang; 70% responden menyatakan “Setuju” pada butir pertanyaan 8 (70%) yang berbunyi : “Saya selalu mengevaluasi dan menindaklanjuti setiap ada keluhan dari pelanggan”.

Variabel Budaya Organisasi (X3)

Untuk mengetahui deskriptif secara keseluruhan digunakan nilai skor total maksimum yaitu 75 (13x5) dan nilai total skor minimum yaitu 13 (13x1).

Sehingga diperoleh interval sebagai berikut: Interval = (Skor tertinggi – Skor terendah) / Jumlah Kategori

$$= (75 - 13) / 5 = 10$$

Dari 56 responden yang menyatakan persepsinya “Sangat Setuju” terhadap Budaya Organisasi di BALKESMAS Magelang ada 27 responden (48%), yang menyatakan “Setuju” 31 responden (55%), dan 3 responden menyatakan “Netral” (5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Budaya Organisasi di BALKESMAS Magelang sangat baik. Dari hasil penelitian menunjukkan Variabel Budaya Organisasi pada kuesioner dapat diketahui 71% responden menyatakan “Setuju” dan pada butir pertanyaan 11 (71%) yang berbunyi : “Saya selalu membuat rencana dan menyelesaikannya dengan baik” dan “Saya ingin pekerjaan yang sempurna”.

Variabel Motivasi Kerja (Y1)

Untuk mengetahui deskriptif secara keseluruhan digunakan nilai skor total maksimum yaitu 65 (13x5) dan nilai total skor minimum yaitu 13 (13x1). Sehingga diperoleh interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) / \text{Jumlah Katagori}$$

$$= (65 - 13) / 5 = 10$$

Dari 56 responden yang menyatakan persepsinya “Sangat Setuju” terhadap Motivasi Kerja di BALKESMAS Magelang ada 12 responden (21%), yang menyatakan “Setuju” ada 40 responden (71%), dan yang menyatakan “Netral” ada 4 responden (7%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Motivasi Kerja di BALKESMAS Magelang adalah sangat baik. Dari hasil penelitian menunjukkan Motivasi Kerja pada

kuesioner dapat diketahui bahwa 73% responden menyatakan “Setuju” pada butir pertanyaan 1 (73%) dan butir pertanyaan 10 (71%) yang berbunyi : “Saya termotivasi dalam bekerja karena kebutuhan hidup terpenuhi” dan “ Pemimpin saya memperlakukan karyawan dengan baik”.

Variabel Kinerja Karyawan (Y2)

Untuk mengetahui deskriptif secara keseluruhan digunakan nilai skor total maksimum yaitu 65 (13x5) dan nilai total skor minimum yaitu 13 (13x1). Sehingga diperoleh interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) / \text{Jumlah Katagori} = (65 - 13) / 5 = 10$$

Dari 56 responden yang menyatakan persepsinya “Sangat Baik” terhadap Kinerja Karyawan di BALKESMAS Magelang ada 5 responden (9%), yang menyatakan “Baik” ada 50 responden (89%) dan yang menyatakan “Cukup” ada 1 responden (2%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kinerja Karyawan di BALKESMAS Magelang adalah baik.

Dari hasil penelitian menunjukkan Kinerja Karyawan pada kuesioner dapat diketahui bahwa 91% responden menyatakan “Baik” butir pertanyaan 13 yang berbunyi : “Kompetensi yang dimiliki karyawan sesuai dengan jabatan” dan “Selalu melakukan koreksi dan evaluasi setelah menyelesaikan pekerjaan”, dan “Pekerjaan yang saya hasilkan dapat dipertanggungjawabkan.

Uji Indikator

Uji indikator atau disebut juga *Outer model* atau *measurement model* adalah menguji hubungan antara indikator terhadap variabel konstruksinya. Dari uji indikator ini diperoleh output validitas dan realibilitas model yang diukur dengan kriteria: *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*

a. *Convergent Validity*

Indikator setelah melalui uji *convergent validity* semua indikator dinyatakan valid karena nilai loadingnya >0,50.

b. *Discriminant Validity*

Berdasarkan hasil uji *discriminant validity* indikator dinyatakan semua valid karena “loyal” terhadap variabel laten induknya.

c. Composite Reliability

Tabel 4. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Kompensasi	0,929
Kompetensi	0,892
Budaya Organisasi	0,871
Motivasi	0,908
Kinerja	0,836

Sumber : *Calculated Model*, Kelompok *Goodness Of Fit*.

Semua variabel laten dinyatakan reliabel karena nilai *composite reliability* bernilai diatas 0,70. (Ghozali, 2008).

Uji Hipotesis

Analisis hipotesis pada hasil penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

H1: Pengaruh Kompensasi (X1) terhadap Motivasi Kerja (Y1) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Tabel Koefisien Parameter dan P Values Kompensasi (X1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Motivasi Kerja (Y1) di BALKESMAS Magelang. Bukti ini dilihat dari nilai P Values sebesar 0.098 (>0.05) yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Nilai *original sampel* sebesar 0.227 yang artinya bahwa variabel Kompensasi (X1) mampu memberikan pengaruh terhadap Motivasi Kerja (Y1) sebesar 22,7%. Hal ini berarti bahwa variabel Kompensasi (X1) memberikan pengaruh Positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1). Dengan demikian hipotesa Pertama (H1) di atas **tidak terbukti**, dan Kompensasi (X1) berpengaruh positif terhadap Motivasi Kerja (Y1) pada karyawan BALKESMAS Magelang.

H2: Pengaruh Kompetensi (X2) terhadap Motivasi Kerja (Y1) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Tabel Koefisien Parameter dan P Values Kompetensi (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi Kerja (Y1) pada BALKESMAS Magelang. Bukti ini dilihat dari nilai P Values sebesar 0,001 (< 0.05) yang menunjukkan pengaruh signifikan. Nilai *original sampel* sebesar 0,366 yang artinya bahwa variabel Kompetensi (X2) memberikan pengaruh positif terhadap Motivasi Kerja (Y2) sebesar 36,6%. Dengan demikian hipotesa Kedua (H2) di atas **terbukti**, bahwa Kompetensi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja (Y1) pada karyawan BALKESMAS Magelang.

H3 : Pengaruh Budaya Organisasi (X3) terhadap Motivasi Kerja (Y1) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Tabel Koefisien Parameter dan P Values Budaya Organisasi (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi Kerja (Y1) pada karyawan BALKESMAS Magelang . Bukti ini dilihat dari nilai P Values sebesar 0,000 (<0.05) yang menunjukkan pengaruh signifikan. Nilai *original sampel* sebesar 0,441 yang artinya bahwa variabel Budaya Organisasi (X3) memberikan pengaruh positif terhadap Motivasi Kerja (Y2) sebesar 44,1%. Dengan demikian hipotesa Ketiga (H3) di atas **terbukti**, bahwa Budaya Organisasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja (Y1) pada karyawan BALKESMAS Magelang.

H4: Pengaruh Kompensasi (X1), Kompetensi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) terhadap Motivasi Kerja (Y1) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Nilai R Square dan P Values Kompensasi (X1), Kompetensi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi Kerja (Y1) di

BALKESMAS Magelang. Bukti ini dilihat dari nilai *P Values* sebesar 0.001 (< 0.05) yang menunjukkan pengaruh signifikan. Nilai *R Square* sebesar 0,351 yang artinya bahwa variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap Motivasi Kerja (Y1) sebesar 35,1%. Dengan demikian hipotesa Keempat (H4) di atas **terbukti**, yang berarti Variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja (Y1) pada Karyawan BALKESMAS Magelang.

H5: Pengaruh Kompensasi (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Tabel Koefisien Parameter dan *P Values* Kompensasi (X1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang. Bukti ini dilihat dari nilai *P Values* sebesar 0.645 (> 0.05) yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Nilai *original sampel* sebesar -0,068 yang artinya bahwa variabel Kompensasi (X1) memberikan pengaruh negatif terhadap Kinerja Karyawan (Y2) sebesar -6,8%. Dengan demikian hipotesa Kelima (H5) di atas **tidak terbukti**, dan Kompensasi (X1) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

H6: Pengaruh Kompetensi (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Tabel Koefisien Parameter dan *P Values* Kompetensi (X2) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang. Bukti ini dilihat dari nilai *P Values* sebesar 0.955 (> 0.05) yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Nilai *original sampel* sebesar 0,012 yang artinya bahwa variabel Kompetensi (X2) memberikan pengaruh

positif terhadap Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 1,2%. Dengan demikian hipotesa Keenam (H6) di atas **tidak terbukti**, dan Kompetensi (X2) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

H7 : Pengaruh Budaya Organisasi (X3) terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Tabel Koefisien Parameter dan *P Values* Budaya Organisasi (X3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang. Bukti ini dilihat dari nilai *P Values* sebesar 0,200 (> 0.05) yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Nilai *original sampel* sebesar -0,263 yang artinya bahwa variabel Budaya Organisasi (X3) memberikan pengaruh negatif terhadap Kinerja Karyawan (Y2) sebesar -26,3%. Dengan demikian hipotesa Ketujuh (H7) di atas **tidak terbukti**, dan Budaya Organisasi (X3) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

H8: Pengaruh Motivasi Kerja (Y2) terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Tabel Koefisien Parameter dan *P Values* Motivasi Kerja (Y2) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang. Bukti ini dilihat dari nilai *P Values* sebesar 0.277 (> 0.05) yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Nilai *original sampel* sebesar 0,219 yang artinya bahwa variabel Motivasi Kerja (Y2) memberikan pengaruh positif terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 21,9 %. Dengan demikian hipotesa Kedelapan (H8) di atas **tidak terbukti**, bahwa Motivasi Kerja (Y2) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

H9: Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Motivasi Kerja (Y1) secara bersama – sama berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

Berdasarkan Nilai *R Square* dan *P Values* Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Motivasi Kerja (Y1) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang. Bukti ini dilihat dari nilai *P Values* sebesar 0,298 (>0.05) yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Nilai *R Square* sebesar 0,075 yang artinya bahwa variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Motivasi Kerja (Y1) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 7,5%. Dengan demikian hipotesa Kesembilan (H9) di atas **tidak terbukti**, yang berarti Variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Motivasi Kerja (Y1) secara bersama-sama berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y2) di BALKESMAS Magelang.

Analisa Jalur

Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Pengaruh langsung merupakan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat maupun hubungan variabel Intervening dengan variabel terikat adalah sebagai berikut :

1). Besarnya koefisien parameter variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) sebesar 0,227 yang menunjukkan bahwa variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) mempunyai pengaruh positif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (>0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) adalah **tidak signifikan**.

2). Besarnya koefisien parameter variabel Kompetensi (X2) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) sebesar 0,366 yang menunjukkan bahwa variabel Kompetensi (X2) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) mempunyai pengaruh positif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (<0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kompetensi (X2) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) adalah **signifikan**.

3). Besarnya koefisien parameter variabel Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) sebesar 0,441 yang menunjukkan bahwa variabel Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) mempunyai pengaruh positif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (<0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) adalah **signifikan**.

4). Besarnya nilai *R Square* variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) sebesar 0,351 yang menunjukkan bahwa variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) mempunyai pengaruh positif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (<0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) adalah **signifikan**.

5). Besarnya koefisien parameter variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar -0,068 yang menunjukkan bahwa variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) mempunyai pengaruh negatif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (>0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) adalah **tidak signifikan**.

6). Besarnya koefisien parameter variabel Kompetensi (X2) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 0,012 yang menunjukkan bahwa variabel variabel Kompetensi (X2) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) mempunyai pengaruh positif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (>0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kompetensi (X2) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) adalah **tidak signifikan**.

7). Besarnya koefisien parameter variabel Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar -0,263 yang menunjukkan bahwa Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) mempunyai pengaruh negatif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (>0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) adalah **tidak signifikan**.

8). Besarnya koefisien parameter variabel Motivasi Kerja (Y1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 0,219 yang menunjukkan bahwa Motivasi Kerja (Y1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) mempunyai pengaruh positif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (>0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh Motivasi Kerja (Y1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) adalah **tidak signifikan**.

9). Besarnya nilai *R Square* variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Motivasi Kerja (Y1) terhadap Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 0,075 yang menunjukkan bahwa variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Motivasi Kerja (Y1) terhadap Kinerja Karyawan (Y2) mempunyai pengaruh positif. Sedangkan besarnya nilai *P Values* adalah (>0.05), sehingga nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Motivasi Kerja (Y1) terhadap Kinerja Karyawan (Y2) adalah **tidak signifikan**.

2). Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung merupakan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen yang di moderatori oleh variabel intervening. Dalam penelitian ini terdiri dari 3 hipotesis yaitu masing-masing variabel Kompensasi (X1) Kompetensi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) terhadap Kinerja Karyawan (Y2) dengan Motivasi Kerja (Y1) sebagai variabel intervening. Berikut adalah hasil dari pengujian pengaruh tidak langsung :

Variabel Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan

Variabel Kompensasi (X1) berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan (Y2) dengan dimediasi oleh variabel Motivasi Kerja (Y1). Besarnya pengaruh yaitu 5%. Dalam hal ini variabel Motivasi Kerja Karyawan menyumbang pengaruh sebesar 21,9% dan memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan di BALKESMAS Magelang.

Variabel Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan

Variabel Kompetensi (X2) berpengaruh terhadap Kinerja (Y2) dengan dimediasi oleh variabel Motivasi Kerja (Y1). Besarnya pengaruh yaitu 8%. Dalam hal ini variabel Motivasi Kerja menyumbang pengaruh sebesar 21,9% dan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan di BALKESMAS Magelang.

Variabel Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan

Variabel Budaya Organisasi (X3) berpengaruh terhadap Kinerja (Y2) dengan dimediasi oleh variabel Motivasi Kerja (Y1). Besarnya pengaruh yaitu 9,7%. Dalam hal ini variabel Motivasi Kerja menyumbang pengaruh sebesar 21,9% dan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan di BALKESMAS Magelang.

3). Pengaruh Total (Total Effect)

Pengaruh total merupakan jumlah dari pengaruh langsung dan tidak langsung. Ketentuan dari Uji pengaruh langsung dikatakan signifikan yaitu signifikansi <0,05.

a. Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil diperoleh total pengaruh secara langsung dan tidak langsung variabel Kompensasi (X1) terhadap Kinerja Karyawan (X2) yaitu -1,8%. Pengaruh tidak langsung yang dimediasi oleh Motivasi Kerja memberikan pengaruh yang negatif tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan di BALKESMAS Magelang.

b. Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil diperoleh total pengaruh secara langsung dan tidak langsung variabel Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan yaitu 9,2%. Pengaruh tidak langsung yang dimediasi oleh Motivasi Kerja memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan di BALKESMAS Magelang.

c. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil diperoleh total pengaruh secara langsung dan tidak langsung variabel Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan yaitu -16,6%. Pengaruh tidak langsung yang dimediasi oleh Motivasi Kerja memberikan pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan di BALKESMAS Magelang.

Tabel Koefisien Jalur dan P Value

VARIABEL	VARIABEL					KESIMPULAN
	DE		IE	TE		
	Y1	Y2	Y2	Y2	Si g.	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5) = (3) +(4))	(6)	-7
X1	0,227	-0,068	0,050	-0,018	0,098	Intervening Tidak Berperanan dan Tidak Signifikan
X2	0,366	0,012	0,080	0,092	0,001	Intervening Berperanan dan Signifikan
X3	0,441	-0,263	0,097	-0,166	0,001	Intervening Berperanan dan Signifikan
Y1		0,219				
DE : Direct Effect ; IE : Indirect Effect ; TE : Total Effect						

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui bahwa:

1. Pengaruh Kompensasi (X1) terhadap Motivasi Kerja (Y1) Karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya koefisien parameter dari pengaruh variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) sebesar 0,980 (>P Values 0,05) dan nilai *original sampel* sebesar 0.227 yang artinya, variabel Kompensasi terhadap variabel Motivasi Kerja berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Nilai *original sampel* sebesar 0.227 yang artinya bahwa variabel

Kompensasi mampu memberikan Motivasi Kerja sebesar 22,7%.

Berdasarkan hasil penelitian, maka penelitian ini tidak sejalan dengan teori Kompensasi menurut Sinambela (2016), bahwa kompensasi berhubungan erat dengan motivasi kerja, jika ingin meningkatkan motivasi kerja maka tingkatkanlah kompensasi. Hasibuan (2002) juga berpendapat, bahwa salah satu tujuan pemberian kompensasi adalah motivasi. Jika balas jasa yang diberikan cukup besar, manajer akan mudah memotivasi bawahannya.

Penelitian ini menemukan, bahwa pengaruh signifikan secara langsung antara kompensasi dan motivasi belum tercapai. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Juliningrum dan Sudiro (2013), bahwa Kompensasi belum memberikan kontribusi terhadap Motivasi Kerja dan yang dilakukan Juniarti (2014), bahwa Kompensasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kinerja. Penelitian tersebut tidak relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Kusumastuti dan Tama (2014), bahwa Kompensasi mempunyai pengaruh signifikan yang positif terhadap motivasi kerja.

Motivasi karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang, telah dikelola dengan baik, sehingga kompensasi memberikan kontribusi yang tidak bermakna terhadap motivasi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, bahwa untuk meningkatkan motivasi kerja, maka diperlukan kompensasi yang lebih baik lagi, terutama dalam hal pemberian kompensasi (gaji, tpp) yang sesuai dengan jabatan, kemampuan dan ketrampilan karyawan yang dimiliki. Balai Kesehatan Masyarakat diharapkan lebih memperhatikan pemenuhan kebutuhan dan fasilitas karyawan, sehingga karyawan termotivasi dalam bekerja karena kebutuhan hidup terpenuhi. Selain itu, bahwa pimpinan yang menyenangkan dan lebih

memberikan perhatian secara personal dapat menjadi faktor pendukung.

2. Pengaruh Kompetensi (X2) terhadap Motivasi Kerja (Y1) Karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya koefisien parameter dari pengaruh variabel Kompetensi (X2) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) sebesar 0,001 ($<P$ Values 0,05) dan nilai *original sampel* sebesar 0.366 yang artinya variabel Kompetensi terhadap variabel Motivasi Kerja berpengaruh positif dan signifikan. Nilai *original sampel* sebesar 0,366 menunjukkan bahwa, variabel Kompetensi mampu memberikan Motivasi Kerja Karyawan sebesar 36,6%.

Berdasarkan uraian tersebut, maka sesuai dengan Teori Kompetensi menurut Suparyadi (2015), kompetensi adalah perpaduan antara pengetahuan, keterampilan / keahlian, dan nilai / sikap / perilaku. Lebih jauh, Laksmono (2004) mengatakan bahwa kompetensi adalah karakteristik yang mendasari seseorang untuk bekinerja tinggi dalam pekerjaannya. Karakteristik ini dapat muncul dalam bentuk pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan kemampuan (*abilities*) lain. Artinya yang diunggulkan jangan hanya pengetahuan dan keterampilan saja, melainkan juga faktor perilaku. Kemampuan lain, termasuk nilai-nilai atau kepribadian seseorang, juga menentukan keberhasilan pekerjaan

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Ali Fitran (2012) bahwa Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja.

Kompetensi karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang sudah bisa terpenuhi, serta dapat meningkatkan Motivasi Kerja, diantaranya pada sisi "Pengetahuan" yaitu Karyawan mempunyai

pengetahuan yang memadai untuk mendukung setiap pekerjaannya, demikian juga dilihat dari sisi “Keahlian” yaitu Keahlian yang dimiliki sudah sesuai dengan jabatan, kemudian dari sisi “Sikap” yaitu ramah dan sopan saat melakukan pelayanan, serta selalu mengevaluasi dan menindaklanjuti setiap ada keluhan dari pelanggan. Faktor pimpinan yang selalu memberi motivasi dalam pekerjaan, memperhatikan karyawan dengan baik dan sopan, dan selalu memberikan dukungan penuh kepada karyawannya untuk pengembangan diri, dapat meningkatkan Kompetensi terhadap Motivasi Kerja.

3. Pengaruh Budaya Organisasi (X3) terhadap Motivasi Kerja (Y1) Karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya koefisien parameter dari pengaruh variabel Budaya Organisasi (X3) terhadap variabel Motivasi Kerja (Y1) sebesar 0,000 (<P Values 0,05) dan nilai *original sampel* sebesar 0.441 yang artinya berpengaruh positif dan signifikan variabel Budaya Organisasi terhadap variabel Motivasi Kerja. Nilai *original sampel* sebesar 0,441 yang artinya bahwa variabel Budaya Organisasi mampu memberikan pengaruh kepada Motivasi Kerja sebesar 44,1%.

Berdasarkan uraian tersebut sesuai dengan pengertian Budaya Organisasi menurut Edison,dkk (2016: 119): “Budaya organisasi merupakan hasil dari suatu proses mencairkan dan meleburkan gaya budaya dan atau tiap individu yang dibawa sebelumnya kedalam sebuah norma norma dan filosofi yang baru yang memiliki energi serta kebanggaan kelompok dalam menghadapi sesuatu dan tujuan tertentu”.

Hasil ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh IBG Surya Diputra (2014) bahwa Budaya Organisasi

berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja.

Budaya Organisasi di Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang sudah bisa terpenuhi, serta dapat meningkatkan Motivasi Kerja, diantaranya pada sisi “Kesadaran Diri” yaitu Karyawan berusaha untuk menaati peraturan dan melakukan pelayanan yang terbaik, demikian juga dilihat dari sisi “Kepribadian” yaitu Keahlian yang dimiliki sudah sesuai dengan jabatan setiap karyawan menghormati dan memberikan pelayanan dengan baik, kemudian dari sisi “Performa” yaitu karyawan bekerja dengan efisien dan efektif, demikian juga dilihat dari sisi “Orientasi Tim” yaitu karyawan mengerjakan tugas secara kelompok agar dapat mencapai tujuan yang sama dan apabila ada permasalahan selalu diselesaikan secara musyawarah. Faktor pimpinan yang selalu memberi motivasi dalam pekerjaan, memperhatikan karyawan dengan baik dan sopan, dan selalu memberikan dukungan penuh kepada karyawannya untuk pengembangan diri, dapat meningkatkan Kompetensi terhadap Motivasi Kerja.

4. Pengaruh Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), dan Budaya Organisasi (X3) secara bersama sama terhadap Motivasi Karyawan Balai Kesehatan Masyarakat di Wilayah Magelang

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya *R Square* sebesar 0,351 dan nilai *P Values* sebesar 0,298 (>0,05). Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3), secara bersama sama memberikan pengaruh positif terhadap motivasi sebesar 35,1%.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Juniarti (2014), dan Kurniawan (2016), bahwa Kompensasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja karyawan, dan tidak relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliningrum (2013), bahwa Kompensasi

berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja pegawai.

Hasil penelitian ini tidak sesuai pendapat Simamora (2004), bahwa Kompensasi dalam bentuk *finansial* adalah penting bagi pegawai, sebab dengan kompensasi ini mereka dapat memenuhi kebutuhannya secara langsung, terutama kebutuhan fisiologisnya. Menurut Sinambela, (2016) Kompensasi yang wajar berarti besaran kompensasi harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti kinerja, pendidikan, jenis pekerjaan, resiko pekerjaan, tanggung jawab dan jabatan.

Kompensasi yang dirasakan karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang bahwa seluruh kompensasi yaitu gaji, tpp yang diterima, belum sesuai harapan, serta belum sesuai dengan jabatan, ketrampilan, kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. Balai Kesehatan Masyarakat diharapkan dapat memberikan pemenuhan fasilitas dan Kebutuhan karyawan, Faktor-faktor yang dapat meningkatkan Kinerja, bahwa karyawan diharapkan selalu berpedoman pada target, kualitas yang harus standar, tepat waktu, kemudian Taat Azas yaitu Pekerjaan yang dikerjakan sesuai SOP dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan.

5. Pengaruh Kompensasi (X2) terhadap Kinerja (Y2) Karyawan Balai Kesehatan Masyarakat di Wilayah Magelang

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya koefisien parameter dari pengaruh variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 0,645 ($>P$ Values 0,05) dan nilai *original sampel* sebesar -0.068 yang artinya berpengaruh negatif dan tidak signifikan variabel Kompensasi terhadap variabel Kinerja Karyawan. Nilai *original sampel* sebesar -0,068 yang artinya bahwa variabel Kompensasi Kerja mampu

memberikan Kinerja Karyawan sebesar -6,8%.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Juniarti (2014), dan Kurniawan (2016), bahwa Kompensasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja karyawan, dan tidak relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliningrum (2013), bahwa Kompensasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja pegawai.

Hasil penelitian ini tidak sesuai pendapat Simamora (2004), bahwa Kompensasi dalam bentuk *finansial* adalah penting bagi pegawai, sebab dengan kompensasi ini mereka dapat memenuhi kebutuhannya secara langsung, terutama kebutuhan fisiologisnya. Menurut Sinambela, (2016) Kompensasi yang wajar berarti besaran kompensasi harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti kinerja, pendidikan, jenis pekerjaan, resiko pekerjaan, tanggung jawab dan jabatan.

.Kompensasi yang dirasakan karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang bahwa seluruh kompensasi yaitu gaji, tpp yang diterima, belum sesuai harapan, serta belum sesuai dengan jabatan, ketrampilan, kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. Balai Kesehatan Masyarakat diharapkan dapat memberikan pemenuhan fasilitas dan Kebutuhan karyawan, Faktor-faktor yang dapat meningkatkan Kinerja, bahwa karyawan diharapkan selalu berpedoman pada target, kualitas yang harus standar, tepat waktu, kemudian Taat Azas yaitu Pekerjaan yang dikerjakan sesuai SOP dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan.

6. Pengaruh Kompetensi (X2) terhadap Kinerja (Y2) karyawan Balai Kesehatan Masyarakat di Wilayah Magelang.

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya koefisien parameter dari pengaruh variabel

Kompetensi (X2) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 0,955 (> P Values 0,05) dan nilai *original sampel* sebesar 0,012 yang artinya variabel Kompetensi terhadap variabel Kinerja Karyawan terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan Nilai *original sampel* sebesar 0,012 yang artinya bahwa variabel Kompetensi mampu memberikan pengaruh terhadap Kinerja Karyawan sebesar 1,2%.

Penelitian ini tidak sesuai dengan sebagaimana yang dikatakan oleh Armstrong (2004:91) dimana manajemen kinerja terkait dengan output dan outcome. Penilaian kinerja didasarkan pada suatu pengetahuan, ketrampilan, keahlian serta perilaku yang dibutuhkan dalam melaksanakan tugas..

Berdasarkan uraian tersebut bahwa, untuk meningkatkan Kompetensi terhadap kinerja, perlu memperhatikan beberapa hal, dilihat dari “Pengetahuan” yaitu Karyawan harus berusaha memiliki pengetahuan yang lebih baik, kemudian dilihat dari sisi “Keahlian” yaitu Keahlian teknis yang dimiliki karyawan harus disesuaikan dengan jabatan, serta dilihat dari sisi “Sikap” yaitu karyawan selalu ramah, sopan dan mengevaluasi dan menindaklanjuti setiap ada keluhan dari pelanggan secara cepat dan optimal. Demikian juga dengan pimpinan yang menyenangkan agar karyawan dapat termotivasi, sehingga kebutuhan hidup dan kebutuhan untuk pendidikan dapat terpenuhi, karyawan mampu mengerjakan pekerjaan dengan cekatan dan penuh tanggung jawab, serta selalu bekerja sesuai prosedur yang telah ditetapkan, sehingga dapat menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dari waktu yang telah ditetapkan.

7. Pengaruh Budaya Organisasi (X3) terhadap Kinerja (Y2) Karyawan Balai Kesehatan Masyarakat di Wilayah Magelang.

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya koefisien

parameter dari pengaruh variabel Kompensasi (X1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 0,200 (>P Values 0,05) dan nilai *original sampel* sebesar -0,263 yang artinya berpengaruh negatif dan tidak signifikan variabel Budaya Organisasi terhadap variabel Kinerja Karyawan. Nilai *original sampel* sebesar -0,263 yang artinya bahwa variabel Kompensasi Kerja mampu memberikan Kinerja Karyawan sebesar -26,3%.

Hasil penelitian ini tidak sesuai pendapat (Pearce dan Robinson (2008) bahwa Budaya organisasi adalah sekelompok asumsi penting (yang seringkali tidak dinyatakan jelas) yang dipegang bersama oleh anggota anggota suatu organisasi. Setiap organisasi memiliki budayanya sendiri. Budaya suatu organisasi menyerupai dengan kepribadian seseorang.

Budaya Organisasi pada Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang bahwa karyawan sudah merasa puas atas pekerjaannya dan dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan kemampuan, pekerjaan yang sempurna, mampu membuat inovasi atau hal-hal baru, kemudian setiap bagian menganggap bagian lain sebagai pelanggan internal sehingga Faktor-faktor tersebut dapat meningkatkan Kinerja, bahwa karyawan diharapkan selalu berpedoman pada target, kualitas yang harus standar, tepat waktu, kemudian Taat Azas yaitu Pekerjaan yang dikerjakan sesuai SOP dan hasilnya dapat dipertanggung jawabkan.

8. Pengaruh Motivasi Kerja (Y1) terhadap Kinerja (Y2) karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya koefisien parameter dari pengaruh variabel Motivasi Kerja Karyawan (Y1) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y2) sebesar 0,277 (> P Values 0,05) dan nilai

original sampel sebesar 0,219 yang artinya variabel Motivasi Kerja Karyawan terhadap variabel Kinerja Karyawan terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan Nilai *original sampel* sebesar 0,219 yang artinya bahwa variabel Motivasi Kerja Karyawan mampu memberikan pengaruh terhadap Kinerja Karyawan sebesar 21,9%.

Penelitian ini tidak sesuai dengan pernyataan Mangkunegara (2011), bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi. Robbins (2006), juga mengemukakan, bahwa motivasi sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi kearah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan individual. Mitcchell (dalam Sinambela, 2016), menyatakan bahwa, Kinerja yang baik dipengaruhi dua hal, yaitu tingkat kemampuan dan motivasi kerja yang baik. Dikatakan bahwa kemampuan seseorang dipengaruhi pemahamannya atas jenis pekerjaan dan ketrampilannya, selain itu kontribusi motivasi kerja terhadap kinerja tidak dapat diabaikan. Meskipun kemampuan pegawai sangat baik, tetapi motivasi kerjanya rendah, tentu kinerjanya juga akan rendah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kurniawan (2012) dan Wijayanti, dkk. (2012), bahwa Motivasi Kerja berpengaruh tidak signifikan terhadap Kinerja. Penelitian ini tidak relevan dengan penelitian Juliningrum dan Sudiro (2011), bahwa Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja.

Berdasarkan uraian tersebut bahwa, untuk meningkatkan motivasi kerja terhadap kinerja, perlu memperhatikan beberapa hal, yaitu pimpinan yang menyenangkan, memperlakukan karyawan dengan baik dan bersikap adil, serta memperhatikan, mengapresiasi prestasi setiap karyawan agar karyawan dapat termotivasi,

sehingga kebutuhan untuk pengembangan diri yaitu mendukung dan memfasilitasi karyawan dalam pendidikan dapat terpenuhi, karyawan mampu mengerjakan pekerjaan dengan cekatan dan penuh tanggung jawab, mencapai target, tepat waktu serta selalu bekerja sesuai SOP yang telah ditetapkan dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan, sehingga dapat menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dan pelanggan puas dengan kualitas yang dicapai.

9. Pengaruh Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Motivasi Kerja (Y1) secara bersama sama berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja (Y2) karyawan Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang.

Hasil analisis statistik menunjukkan besarnya nilai *R Square* sebesar 0,075 dan nilai *P Value* sebesar 0,298 ($>0,05$). Kompensasi (X1), Kompetensi (X2), Budaya Organisasi (X3) dan motivasi kerja (Y1), secara bersama sama memberikan pengaruh positif terhadap kinerja sebesar 7,5%.

Penelitian ini tidak sesuai dengan pernyataan Mangkunegara (2011), bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi. Robbins (2006), juga mengemukakan, bahwa motivasi sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi kearah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan individual. Mitcchell (dalam Sinambela, 2016), menyatakan bahwa, Kinerja yang baik dipengaruhi dua hal, yaitu tingkat kemampuan dan motivasi kerja yang baik. Dikatakan bahwa kemampuan seseorang dipengaruhi pemahamannya atas jenis pekerjaan dan ketrampilannya, selain itu kontribusi motivasi kerja terhadap kinerja tidak dapat diabaikan. Meskipun kemampuan pegawai sangat baik, tetapi

motivasi kerjanya rendah, tentu kinerjanya juga akan rendah.

Berdasarkan uraian tersebut bahwa, untuk meningkatkan kompensasi, kompetensi, budaya organisasi dan motivasi kerja terhadap kinerja, perlu memperhatikan beberapa hal, yaitu pemberian kompensasi yang lebih baik, memberikan kesempatan karyawan untuk mengikuti seminar demi pengembangan diri, pimpinan yang menyenangkan, memperlakukan karyawan dengan baik dan bersikap adil, serta memperhatikan, mengapresiasi prestasi setiap karyawan agar karyawan dapat termotivasi, sehingga kebutuhan untuk pengembangan diri yaitu mendukung dan memfasilitasi karyawan dalam pendidikan dapat terpenuhi, karyawan mampu mengerjakan pekerjaan dengan cekatan dan penuh tanggung jawab, mencapai target, tepat waktu serta selalu bekerja sesuai SOP yang telah ditetapkan dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan, sehingga dapat menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dan pelanggan puas dengan kualitas yang dicapai.

ANALISIS JALUR

1) Pengaruh Kompensasi terhadap Kinerja dengan Motivasi Kerja sebagai variabel Intervening

Berdasarkan analisis proses *Bootstrapping* diketahui bahwa pengaruh tidak langsung variabel Kompensasi terhadap Motivasi Kerja sebesar 0,050 dan pengaruh total Kompensasi terhadap Kinerja melalui Motivasi Kerja sebesar -0,018

Variabel Motivasi Kerja sebagai variabel intervening **tidak mampu** memberikan sumbangan pengaruh Positif tetapi tidak signifikan terhadap peningkatan Kinerja Karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa, Kompensasi karyawan Balai Kesehatan Masyarakat di Wilayah Magelang ditambah dengan Motivasi Kerja Karyawan **tidak akan meningkatkan** Kinerja Karyawan di

Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang karena hasilnya negatif.

Berdasarkan uraian tersebut, kompensasi berupa gaji dan TPP yang diterima belum sesuai dengan keinginan/harapan, keterampilan, pengetahuan serta pengalaman dan belum dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup karyawan BALKESMAS Magelang.

2) Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja dengan Motivasi Kerja sebagai variabel Intervening

Berdasarkan analisis proses *Bootstrapping* diketahui bahwa pengaruh tidak langsung variabel Kompetensi terhadap Motivasi Kerja sebesar 0,080 dan pengaruh total Kompetensi terhadap Kinerja melalui Motivasi Kerja sebesar 0,092

Variabel Motivasi Kerja sebagai variabel intervening **mampu** memberikan sumbangan pengaruh Positif dan signifikan terhadap peningkatan Kinerja Karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa, Kompetensi karyawan Balai Kesehatan Masyarakat di Wilayah Magelang ditambah dengan Motivasi Kerja Karyawan **akan meningkatkan** Kinerja Karyawan di Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang karena hasilnya positif.

Berdasarkan uraian tersebut, bahwa kompetensi berupa pengetahuan, keterampilan, sikap yang dimiliki karyawan BALKESMAS Magelang memberikan kontribusi yang cukup baik dalam meningkatkan kinerja.

3) Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja dengan Motivasi Kerja sebagai variabel Intervening

Berdasarkan analisis proses *Bootstrapping* diketahui bahwa pengaruh tidak langsung variabel Budaya Organisasi terhadap Motivasi Kerja sebesar 0,097 dan pengaruh total Budaya Organisasi terhadap Kinerja melalui Motivasi Kerja sebesar -0,166

Variabel Motivasi Kerja sebagai variabel intervening **tidak mampu** memberikan sumbangan pengaruh negatif dan signifikan terhadap peningkatan Kinerja Karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa, Budaya Organisasi karyawan Balai Kesehatan Masyarakat di Wilayah Magelang ditambah dengan Motivasi Kerja Karyawan **tidak akan meningkatkan** Kinerja Karyawan di Balai Kesehatan Masyarakat Wilayah Magelang karena hasilnya negatif.

Berdasarkan uraian tersebut, budaya organisasi yang meliputi kesadaran diri, keagresifan, kepribadian, performa dan orientasi tim yang ada saat ini tidak menyebabkan peningkatan kinerja. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karyawan BALKESMAS Magelang merasa bahwa sebagai PNS mempunyai kinerja baik atau tidak gaji tetap dibayarkan.

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien Determinasi variabel Motivasi Kerja mampu membantu penjelasan sebesar 35,1% (Motivasi Kerja yang dipengaruhi oleh Kompensasi, Kompetensi dan Budaya Organisasi). Hal ini berarti bahwa masih ada faktor lain yang tidak terdapat dalam model sebesar 64,9%. Koefisien Determinasi variabel Kinerja Karyawan hanya mampu membantu penjelasan sebesar 7,5% (Kinerja Karyawan yang dipengaruhi oleh Motivasi Kerja Karyawan, Kompensasi, Kompetensi dan Budaya Organisasi). Hal ini berarti bahwa masih ada faktor lain yang tidak terdapat dalam model sebesar 92,5%.

SIMPULAN

Kinerja pegawai BALKESMAS Magelang dalam pencapaian masih dalam rata-rata belum optimal, terutama disebabkan oleh budaya organisasi yang belum tercipta dengan baik, pemberian kompensasi yang belum optimal. Walaupun demikian dari segi kompetensi pegawai

Balai Kesehatan Masyarakat sudah dapat dikatakan baik. Karena sebagian karyawan sesuai dengan jabatan yang diemban. Pada tingkat motivasi pencapaian sudah cukup baik tetapi dari ketiga variabel penyebab seluruhnya positif tidak signifikan pengaruhnya.

REFERENSI

- Edison, E., Y. Anwar, dan I.Komariyah. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juniarti. (2014). "Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening" (Studi pada karyawan Perbankan Bagian Keuangan di Tanjung Pinang. Jurnal umrah.ac.id.
- Kreinner, Robert, dan Kinicki, ngelo, 2005, *Perilaku Organisasi*, Buku 1, Edisi Kelima, Salemba Empat, Jakarta;
- Luthan, Fred, (2006), *Perilaku Organisasi*, Edisi kesepuluh, Penerbit Andi, Yogyakarta;
- Lutfi Agus (2011), "*Pengaruh budaya organisasi dan motivasi terhadap Kinerja Karyawan (perawat) Pada Rumah Sakit Wijaya Kusuma Kabupaten Lumajang*";
- Mamduh, H., (1997), *Manajemen SDM, UMP AMP YKPN*, Yogyakarta;
- M.Ali Fitran (2012), "*Kajian pengaruh kompetensi terhadap kinerja karyawan pada level jabatan manajerial , Studi kasus pada PT Bank Syariah ABC*"
- Mudayan (2012) "*Pengaruh motivasi dan beban kerja terhadap kinerja*

karyawan Rumah Sakit Condong Catur Yogyakarta”

- Posuma (2013), *“Kompetensi, kompensasi dan kepemimpinan pengaruhnya terhadap kinerja Pada Rumah Sakit Ratumbusang Manado”*, Manado, Universitas Sam Ratulangi
- Robbins, Stephen P, (2006), *Perilaku Organisasi*, Edidi kesepuluh, PT. Indeks Jakarta;
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Sondang P. Siagian, (1999), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara Jakarta;
- Sinambela, P.L, (2016), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta;
- Suparyadi, (2015), *“Manajemen Sumber Daya Manusia, Menciptakan Keunggulan Bersaing Berbasis Kompetensi SDM”*, Yogyakarta ; Andi Offset
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis, Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN



UPAJIWA

Jurnal Online Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat

PRODI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
upajiwa_mm@ustjogja.ac.id

e-ISSN: 2579-535X

p-ISSN: 2641-0853

jurnalfe.ustjogja.ac.id

TRILOGI KEPEMIMPINAN DAN KOMITMEN ORGANISASI DENGAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (Studi kasus pada Pengurus Organisasi Kemahasiswaan Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta)

M. Ahyar SL¹ dan Prayekti

Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

mohammadahyar911@yahoo.com¹; yekti_feust@yahoo.co.id²

Abstract

The purpose of this study is to describe (1) the influence of leadership trilogy, on OCB, (2) influence of leadership trilogy on Organizational Commitment, (3) influence of OCB on Organizational Commitment, (4) Influence Between Leadership Trilogy and Commitment Organization with OCB as intervening variable. This research is a descriptive research. The population is a member of the UST student organization in 2017, the sample technique is stratified random sampling. Data method using questioner. The results of this study using a significant level of 5% indicates, there is a positive and significant influence of leadership trilogy on organizational commitment. In addition there is a positive influence of the leadership trilogy on OCB and is not significant. Then there is a positive and significant influence of OCB on organizational commitment. And there is a positive influence between the Trilogy of Leadership and Organizational Commitment with OCB as intervening variable and not significant.

Keyword: Leadership Trilogy, Organizational Commitment, Organizational Behavioral Behavior (OCB)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan (1) pengaruh kepemimpinan trilogi, pada Organizational Citizenship Behavior (OCB), (2) pengaruh kepemimpinan trilogi pada Komitmen Organisasi, (3) pengaruh OCB terhadap Komitmen Organisasi, (4) Pengaruh Antara Trilogi Kepemimpinan dan Organisasi Komitmen dengan Organizational Citizenship Behavior sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Dengan struktur kepemimpinan trilogi, OCB, dan komitmen organisasi. Populasi adalah anggota organisasi mahasiswa UST pada tahun 2017, teknik sampel adalah stratified random sampling. Metode data menggunakan kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan regresi linier dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menggunakan tingkat signifikan 5% menunjukkan, ada pengaruh yang positif dan signifikan dari trilogi kepemimpinan terhadap komitmen organisasi. Selain itu ada pengaruh positif dari trilogi kepemimpinan pada OCB dan tidak signifikan. Kemudian ada pengaruh positif dan signifikan dari OCB terhadap komitmen organisasi. Dan ada pengaruh positif antara Trilogi Kepemimpinan dan Komitmen Organisasi dengan Organizational Citizenship Behavior sebagai variabel intervening dan tidak signifikan.

Kata Kunci : Trilogi Kepemimpinan, Komitmen Organisasi, Organizational Citizenship Behavior (OCB)

PENDAHULUAN

Salah satu tolak ukur keberhasilan sebuah organisasi tentunya didukung oleh komitmen anggota. Menurut Gitosudarmo (2000:1, dalam Tahir, 2014: 21) Mengemukakan bahwa organisasi adalah suatu sistem yang terdiri dari pola aktivitas kerjasama yang dilakukan secara teratur dan berulang-ulang oleh sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan. Seorang anggota organisasi dapat dikatakan memiliki komitmen yang baik jika memiliki kemampuan untuk bertahan dan bekerja sama demi menunjang perkembangan organisasi. Selain itu perlu menciptakan strategi pemberdayaan anggota yang sesuai, agar setiap anggota dalam organisasi membuat komitmen pribadi terhadap tujuan yang direncanakan sebelumnya.

Keputusan dan kebijakan yang dibuat oleh seorang pemimpin diharapkan tidak saja mempengaruhi keberhasilan organisasi, tetapi juga perilaku semua karyawannya. Ratnawati (2002, dalam Santa, 2012:189). Untuk itu perlu adanya gaya kepemimpinan yang sesuai dan juga dibutuhkan anggota yang akan melakukan lebih dari sekedar tugas biasa melalui peningkatan kualitas dan kuantitas kinerja kelompok (Hughes, 2002).

Kepemimpinan adalah proses memberikan bimbingan atau suri teladan dan memberi jalan yang mudah dari orang-orang yang terorganisir dalam organisasi formal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sejalan dengan Danim (2004; 56) mengatakan bahwa kepemimpinan adalah setiap perbuatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mengkoordinasi dan memberi arah kepada individu atau kelompok yang tergabung di dalam wadah tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pendapat lain yang menegaskan bahwa pemimpin adalah seseorang yang mempengaruhi orang lain atau kelompok orang untuk mengerahkan usaha bersama, guna mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan (Gunawan, 2008:218). Menurut Musyafa (2015: 288) Kepemimpinan yang terbaik untuk para anggota organisasi adalah dengan memberikan ruang yang seluas-luasnya kepada mereka untuk meningkatkan potensi dirinya, kemudian mengekspresikannya dengan cara-cara yang kreatif dan bertanggungjawab sesuai dengan kemampuan masing-masing anggota. Hal ini sangat relevan dengan Kepemimpinan yang berasal dari Ki Hadjar Dewantara sebagai tokoh pendiri perguruan Tamansiswa yang dilahirkan pada tanggal 2 Mei 1889 di Yogyakarta yaitu Trilogi Kepemimpinan. Teori kepemimpinan yang berbentuk trilogi

kepemimpinan (Suratman, 1980) yang terdiri dari tiga unsur yaitu "ing ngarso sung tuladha, ing madya mangun karsa, tut wuri handayani telah berkembang secara meluas dikalangan masyarakat. Hal itu menunjukkan bahwa *figure* seorang pemimpin hendaknya memberi dan sekaligus menjadi contoh pada anak buahnya, serta ditengah-tengah mampu memberikan dorongan dan semangat bagi anggotanya. Dan seorang pemimpin hendaknya juga memberikan kemerdekaan yang seluas-luasnya kepada anggotanya, tetapi jika kemerdekaan tersebut disalahgunakan bahkan akan membahayakan diri maupun masyarakat maka seorang pemimpin harus memberikan pengaruh atas kewibawaan yang dimilikinya. Trilogi kepemimpinan Ki Hadjar Dewantara ini digali dari budaya bangsa sendiri yang mempunyai nilai yang halus dan berbudi pekerti. Salah satu aspek dari trilogi kepemimpinan dari Ki Hadjar Dewantara (KHD), yaitu Tut wuri Handayani, telah digunakan oleh KHD dalam sistem pendidikannya, yang kemudian ditetapkan menjadi milik nasional dengan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0398/M/1977 tertanggal 6 september 1977 (Suratman, 1980: 2-10). Selain itu, sesuai Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 305 tahun 1959 (tepatnya pada tanggal 28 November 1959) Ki Hajar Dewantara dikukuhkan sebagai Pahlawan Nasional sebagai Bapak Pendidikan Nasional Indonesia oleh Presiden Republik Indonesia yang ke-2 Soeharto.

Kepemimpinan akan mempengaruhi perilaku, dalam hal ini adalah perilaku ekstra peran. Perilaku ekstra peran atau *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) dipengaruhi oleh kepemimpinan menurut Pieter Sahertian (2010). OCB berpotensi meningkatkan kinerja organisasi melalui peningkatan kualitas dan kuantitas kinerja kelompok (Hughes, 2002). OCB adalah sebuah perilaku positif yang ada di anggota organisasi. OCB memberikan dampak yang positif bukan saja bagi anggota tetapi juga berdampak positif bagi lembaga informal maupun non formal, karena dengan adanya anggota yang mempunyai perilaku OCB akan menunjang keefektifan fungsi-fungsi pada organisasi. Robbins dan Judge (2007) mengemukakan bahwa organisasi yang sukses membutuhkan anggota yang akan melakukan lebih dari sekedar tugas biasa dan bersedia melakukan tugas yang tidak tercantum dalam deskripsi pekerjaan mereka, yang akan memberikan kinerja yang melebihi harapan.

Demikian halnya pada organisasi mahasiswa di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST). Organisasi mahasiswa di UST

merupakan wadah kegiatan dari mahasiswa-mahasiswa yang saling berkomitmen dalam usahanya untuk mencapai tujuan. Kanter (dalam Raju dan Srivastava, 1994:7) menyebutkan bahwa komitmen sebagai sebuah minat individu yang melekat pada pola perilaku sosial yang terorganisir. Keberadaan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek diantaranya penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama yang dilakukan oleh pemimpin dengan perwujudan eksistensi sekelompok anggota terhadap mahasiswa lainnya. Di organisasi mahasiswa, diperlukan pemimpin seperti yang diajarkan oleh Ki Hadjar Dewantara. Diharapkan dengan trilogi kepemimpinan berpengaruh terhadap organisasi. Sehingga berpengaruh juga terhadap perilaku anggota dalam hal ini adalah perilaku OCB dan komitmen organisasi.

LANDASAN TEORI

Trilogi Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah suatu seni tentang cara untuk mempengaruhi orang lain kemudian mengarahkan keinginan, kemampuan dan kegiatan mereka untuk mencapai tujuan dari pemimpin (Samsi, 2008). Menurut Hasibuan (2003: 170). Kepemimpinan adalah proses memberikan bimbingan atau suri teladan dan memberi jalan yang mudah dari orang-orang yang terorganisir dalam organisasi formal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu apabila seorang pemimpin mau dikatakan berhasil berarti pemimpin itu harus mampu melakukan kepemimpinannya dengan baik dan tepat dalam kehidupan organisasi.

Menurut Musyafa (2015: 288) Kepemimpinan yang terbaik untuk para anggota organisasi adalah dengan memberikan ruang yang seluas-luasnya kepada mereka untuk meningkatkan potensi dirinya, kemudian mengekspresikannya dengan cara-cara yang kreatif dan bertanggungjawab sesuai dengan kemampuan masing-masing anggota. Hal ini sangat relevan dengan Trilogi Kepemimpinan yang diterapkan di perguruan Tamansiswa. Perguruan Tamansiswa didirikan pertama kali oleh Raden Mas Soewardi Soejaningrat (pada usia 40 tahun berganti nama menjadi Ki Hadjar Dewantara), pada 3 juli 1922 di Yogyakarta. Menurut sejarah perguruan tamansiswa ini didirikan atas keinginan Ki Hadjar Dewantara untuk memberikan pendidikan kepada rakyat dengan tujuan mendidik jiwa merdeka untuk mencapai indonesia merdeka yang tertib damai manusia salam dan bahagia. Dari hal inilah timbul

ajaran Ki Hadjar Dewantara yang berupa trilogi Tamansiswa sebagai wadah dan wujud cita-cita kehidupan Tamansiswa. trilogi Kepemimpinan yang digali dari budaya bangsa sendiri yang mempunyai nilai yang halus dan berbudi pekerti, hal inipun yang menjadi indikator trilogi kepemimpinan, menurut Dewantara, 1964 (dalam Suparti, 2013: 54) yaitu :

Ing Ngarsa Sung Tuladha, artinya Ing Ngarso Sung Tuladha secara harfiah berarti bahwa pemimpin yang berada di depan hendaknya memberi contoh. Sung berasal dari kata asung yang dalam bahasa Jawa berarti memberi. Dalam kalimat tersebut Ki Hadjar Dewantara berpesan agar sung itu diartikan menjadi, karena antara memberi dan menjadi mempunyai makna yang berbeda (Nugroho, 2017: 16). Seorang pemimpin juga harus memberi teladan yang baik kepada anggotanya. Sebab seorang pemimpin adalah figur panutan yang harus digugu dan ditiru semua perkataan dan perbuatannya (Musyafa, 2015: 288).

Ing Madya Mangun Karsa, artinya Ing Madya artinya di tengah-tengah. Mangun berarti membangkitkan atau menggugah dan Karsa diartikan sebagai bentuk kemauan atau niat. Makna dari Ing Madya Mangun Karsa adalah seseorang di tengah kesibukannya harus juga mampu membangkitkan atau menggugah semangat. Ing Madya Mangun Karsa mengandung arti bahwa seorang pemimpin jika di tengah-tengah pengikutnya harus mampu memberi motivasi agar semua bisa mempersatukan semua gerak dan perilaku secara serentak untuk mencapai tujuan bersama. Seorang pemimpin harus berada ditengah-tengah anggotanya, terus menerus membangun dan menumbuhkan semangat para anggota untuk terus menorehkan karya (Musyafa, 2015: 288).

Tut Wuri Handayani, artinya Tut Wuri artinya mengikuti dari belakang dan handayani berarti memberikan dorongan moral atau dorongan semangat, sehingga artinya Tut Wuri Handayani ialah seseorang harus memberikan dorongan moral dan semangat kerja dari belakang. Tut Wuri Handayani berarti bahwa pemimpin harus sanggup memberi kemerdekaan kepada para pengikutnya dengan perhatian sepenuhnya untuk memberikan petunjuk dan pengarahannya jika kemerdekaan yang diberikan akan membahayakan dari para anggota. (Nugroho, 2017: 17).

Dengan demikian konsep yang ditawarkan oleh Ki Hadjar Dewantara dapat dikatakan sebagai konsep kepemimpinan yang bersifat menyeluruh yang aspek-aspeknya mencakup keteladanan, motivasi dan dorongan. (Kusmanto dan Sri Adi Widodo, 2016: 22-23).

Dewantara, 1964 (dalam Nugroho, 2017: 19) berpendapat tujuan trilogi kepemimpinan Ki Hajar Dewantara adalah sebagai berikut. (1) Mencapai Hidup Tertib Dan Damai. (2) Membentuk Manusia yang Merdeka. Hasil penelitian Lutfiyani (2017) menunjukkan bahwa Trilogi Kepemimpinan secara tidak langsung berpengaruh secara positif terhadap Komitmen Organisasi.

Menurut Musyafa (2015: 288) Kepemimpinan yang terbaik untuk para anggota organisasi adalah dapat meningkatkan potensi dirinya, kemudian mengekspresikannya dengan cara-cara yang kreatif dan bertanggungjawab sesuai dengan kemampuan masing-masing anggota. Selain itu peran kepemimpinan harus memberikan contoh dan pengaruh kepada anggotanya, sehingga anggota dapat melakukan hal yang sama dan turut terlibat untuk kegiatan yang dilakukan serta dapat meningkatkan Organizational Citizenship Behavior (OCB) dari anggota. Hasil penelitian Husni (2017) menunjukan pengaruh positif dan signifikan peran kepemimpinan terhadap OCB

Organizational Citizenship Behavior (OCB)

Perilaku ekstra menjadi bagian penting didalam meningkatkan komitmen organisasi. Perilaku ekstra peran atau Organizational Citizenship Behavior yang selanjutnya disebut OCB merujuk kepada kesediaan untuk melakukan tindakan ekstra diluar tugas pokok dan fungsi utamanya sebagai anggota organisasi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melakukan atau membantu mahasiswa sukarela diluar jam kuliah dan memberikan ide gagasan tanpa diminta.

Menurut Organ (1988; dalam Saragih & Joni, 2007), OCB adalah perilaku yang membangun, tetapi tidak termasuk dalam job description formal karyawan. Menurut Ehrhart (2004; dalam Khalid & Ali, 2005) Organizational Citizenship Behavior (OCB) didefinisikan sebagai perilaku yang mempertinggi nilai dan pemeliharaan sosial serta lingkungan psikologi yang mendukung hasil pekerjaan. Adapun indikator OCB, Menurut Organ (1988; dalam Hoffman, 2007), terdiri dari lima hal. **Altruism** yaitu menunjukkan suatu pribadi yang lebih mementingkan kepentingan orang lain dibandingkan dengan kepentingan pribadi. **Courtesy** yaitu menunjukkan suatu perilaku membantu orang lain secara sukarela yang bukan tugas serta kewajibannya. **Sportsmanship** yaitu menunjukkan suatu perilaku rela/toleransi untuk bertahan dalam situasi yang kurang ideal atau tidak nyaman tanpa mengeluh. **Civic Virtue** yaitu menunjukkan suatu perilaku terlibat dan ikut

bertanggungjawab terhadap kelangsungan hidup organisasi. **Conscientiousness** yaitu menunjukkan sutau perilaku sukarela untuk meningkatkan pekerjaannya secara kreatif agar organisasi dapat meningkat dan melampaui batas persyaratan minimal yang dibutuhkan.

Johns (1996; dalam Budihardjo, 2004) mengemukakan bahwa Organizational Citizenship Behavior (OCB) memiliki karakteristik perilaku sukarela/ extra-role behavior yang tidak termasuk dalam uraian jabatan, perilaku spontan/tanpa saran atau perintah tertentu, perilaku yang bersifat menolong, serta perilaku yang tidak mudah terlihat serta dinilai melalui evaluasi kinerja. Sehingga dapat dikatakan OCB merupakan perilaku yang merefleksikan komitmen seorang karyawan terhadap organisasinya dan perilaku tersebut secara positif mampu meningkatkan kerja tim, komunikasi manajemen, mengembangkan lingkungan organisasi yang positif dan nyaman. Hasil penelitian Harwiki (2013) bahwa terdapat pengaruh OCB terhadap komitmen organisasi. Demikian juga hasil penelitian Foote & Thomas (2008) bahwa terdapat pengaruh OCB terhadap komitmen organisasi

Komitmen Organisasi

Komitmen organisasi diartikan sebagai bentuk keterikatan, identifikasi dan keterlibatan dari individu untuk organisasi (Sutrisno, 2007:293). Komitmen ini tidak terjadi hanya sepihak saja, tetapi terjadi antara organisasi dan anggota secara bersama-sama untuk menciptakan kondisi yang kondusif dan mewujudkan visi dan misi organisasi yaitu komitmen. Dalam hal ini organisasi dapat menciptakan komitmen organisasi melalui kepuasan anggota antara lain fasilitas yang memadai, dan hubungan antar anggota. Newstrom (1989, dalam Sopiah, 2008) melanjutkan bahwa secara konseptual komitmen organisasi ditandai dengan tiga hal, yaitu : (1) Adanya rasa percaya yang kuat dan penerimaan seseorang terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi. (2) Adanya keinginan seseorang untuk melakukan usaha sungguh-sungguh demi organisasi (3) Adanya hasrat yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi.

Komitmen organisasi didefinisikan sebagai derajat dimana karyawan terlibat dalam organisasi dan berkeinginan untuk tetap menjadi anggotanya, dimana didalamnya mengandung sikap kesetiaan dan kesediaan karyawan untuk bekerja secara maksimal bagi organisasi tempat karyawan tersebut bekerja (Greenberg dan Baron, 2003:160). Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan,

bahwa komitmen organisasi merupakan bentuk loyalitas terhadap organisasi. Hal ini dapat ditunjukkan dalam bentuk kesetiaan dan kesediaan untuk berusaha semaksimal mungkin demi kepentingan organisasi.

Tiga dimensi menurut Robbins dan Judge (2009, dalam Novita, 2017: 8) yaitu : **Komitmen afektif** (affective commitment) yaitu perasaan emosional untuk organisasi dan keyakinan dalam nilai-nilainya. **Komitmen berkelanjutan** (continuance commitment) yaitu nilai ekonomi yang dirasa dari bertahan dalam suatu organisasi bila dibandingkan dengan meninggalkan organisasi tersebut. **Komitmen normatif** (normative commitment) yaitu kewajiban untuk bertahan dalam organisasi untuk alasan-alasan moral atau etis. Komitmen anggota didalam organisasi tidak terjadi begitu saja, tetapi melalui berbagai proses yang cukup panjang dan melalui berbagai tahapan. Komitmen anggota pada organisasi ditentukan oleh beberapa faktor, menurut Sopiah (2008, didalam Rahayu, 2007: 23) mengidentifikasi ada tiga faktor yang mempengaruhi komitmen anggota pada organisasi, yaitu : (1) Ciri pribadi kinerja, termasuk masa jabatannya dalam organisasi dan variasi kebutuhan dan serta keinginan yang berbeda dari tiap karyawan. (2) Ciri pekerjaan, seperti identitas tugas dan kesempatan berinteraksi dengan rekan sekerja .(3) Pengalaman kerja, seperti keterandalan organisasi di masa lampau dan cara pekerja-pekerja lain mengutarakan dan membicarakan perasaannya mengenai organisasi. Selain itu, menurut Sopiah (2008, didalam Rahayu 2017: 24), mengemukakan ada lima faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi, yaitu (1) Budaya keterbukaan (2) Kepuasan kerja (3) Kesempatan personal untuk berkembang (4) Arah organisasi (5) Penghargaan kerja yang sesuai dengan kebutuhan.

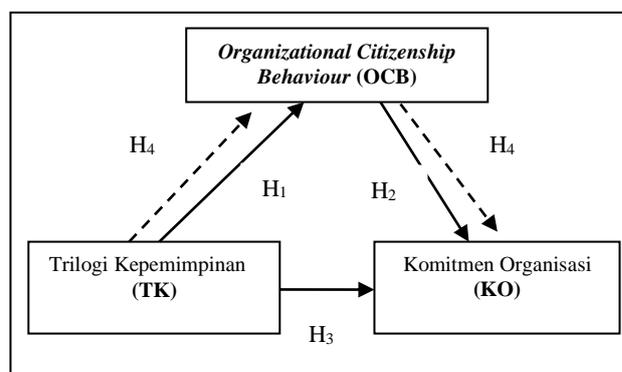
KERANGKA PENELITIAN

Trilogi kepemimpinan dari Ki Hadjar Dewantara merupakan salah satu filosofi Jawa yang dikenal memiliki spirit yakni “Ing Ngarsa Sung Tuladha, Ing Madya Mangun Karsa, Tut Wuri Handayani”. Konsep tersebut bersifat menyeluruh yang mencakup keteladanan, motivasi dan dorongan. (Kusmanto dan Sri Adi Widodo, 2016: 22-23). Oleh karenanya peran kepemimpinan berpengaruh kepada perilaku anggotanya, sehingga anggota dapat melakukan hal yang sama dan turut terlibat untuk kegiatan yang dilakukan. Perilaku dalam hal ini adalah perilaku ekstra peran atau *Organizational Citizenship Behavior* (OCB). Hasil penelitian Husni (2017) menunjukkan pengaruh

positif dan signifikan kepemimpinan terhadap OCB.

Untuk memunculkan perilaku seperti yang diharapkan, organisasi membutuhkan pemimpin yang sadar akan pentingnya perilaku tersebut untuk mempengaruhi dan mengarahkan karyawannya dalam memunculkan perilaku OCB tersebut (Prabowo, 2014: 11). Seorang pemimpin tersebut harus mempunyai gaya kepemimpinan yang mampu mendukung dan terus mengembangkan OCB. OCB merupakan perilaku yang merefleksikan komitmen seorang karyawan terhadap organisasinya dan perilaku tersebut secara positif mampu meningkatkan kerja. hasil penelitian Foote& Thomas (2008) bahwa terdapat pengaruh OCB terhadap komitmen organisasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa Trilogi kepemimpinan (TK) berpengaruh terhadap komitmen organisasi dengan OCB sebagai variabel intervening. Selain itu bisa terjadi bahwa terdapat pengaruh antara Trilogi kepemimpinan dan komitmen organisasi (KO).

Adapun kerangka penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Penelitian

Pada Gambar 1 terdapat tiga variabel dalam model yaitu TK, OCB, dan KO. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H₁terdapat Pengaruh antara trilogi kepemimpinan dan komitmen organisasi.
- H₂terdapat pengaruh antara Trilogi Kepemimpinan danOCB.
- H₃terdapat pengaruh antara OCBdan Komitmen Organisasi.
- H₄ terdapat pengaruh antara Trilogi Kepemimpinan dan komitmen organisasi melalui OCB sebagai variabel intervening

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu penelitian dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berwujud angka-angka.

Pengukuran Variabel

Trilogi Kepemimpinan menurut Hadiwijoyo (Hal.77-78) yaitu ing ngarsa sung tuladha, ing madya mangun karsa, tut wuri handayani.

Organizational Citizenship Behavior (OCB) adalah kesanggupan karyawan melakukan aktivitas kerja yang inovatif dan spontan melebihi persepsi perannya. Menurut Organ (1988; dalam Hoffman, 2007), diukur melalui indikator sebagai berikut : (1) *Altruism* (2) *Courtesy*(3) *Sportsmanship*(4) *Civic Virtue* (5) *Conscientiousness*.

Komitmen organisasi didefinisikan sebagai derajat dimana karyawan terlibat dalam organisasi dan berkeinginan untuk tetap menjadi anggotanya, dimana didalamnya mengandung sikap kesetiaan dan kesediaan karyawan untuk bekerja secara maksimal bagi organisasi tempat karyawan tersebut bekerja (Greenberg dan Baron, 2003:160). Menurut Robbins dan Judge (2009) dalam Novita (2017: 8) Komitmen organisasi diukur melalui indikator sebagai berikut (1) Komitmen afektif (2) Komitmen berkelanjutan (3) Komitmen normatif.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengurus organisasi kemahasiswaan Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa tahun 2017. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 19% dari jumlah populasi Hal ini didasarkan pada Arikunto (1998: 120 dalam Habibi 2009) bahwa “jika jumlah subjek lebih besar dari 100, maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25 atau lebih. Sehingga sebagai sampelnya $18\% \times 392 = 70,56$ (71) Orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling yaitu sekelompok subyek secara acak berdasar ciri atau sifat tertentu yang dianggap memiliki hubungan erat dengan sifat-sifat populasi (Wiyono,2011: 87).

Analisis data

Analisis data menggunakan regresi dan Analisis Jalur (*Path Analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji kualitas Instrumen

Menurut Riduwan (2004), pengujian validitas instrumen dengan menguji validitas konstruk (construct validity), maka dapat

digunakan pendapat dari ahli (judgment expert). Penelitian akan menggunakan validitas item dengan menguji korelasi antara skor total jawaban atas butir pertanyaan. Hasil uji validitas dengan menggunakan korelasi product moment menunjukkan bahwa 9 butir pertanyaan pada variable trilogi kepemimpinan, 10 butir pertanyaan pada variable *Organizational Citizenship Behavior (OCB)*, 9 butir pertanyaan pada variabel komitmen organisasi mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 5% dan nilai R_{xy} hitung lebih besar dari 0,233 (R_{xy} tabel untuk $n=71$ dan $\alpha =5\%$). Semua item variable adalah valid.

Hasil uji reliabilitas untuk ke tiga variable penelitian menggunakan *alpha cronbach*, menunjukkan bahwa semua variable penelitian mempunyai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6. Ketiga variable penelitian yaitu trilogi kepemimpinan, OCB dan komitmen organisasi dapat dikatakan reliable. Hasil dari uji validitas ini adalah untuk mendapatkan pertanyaan yang valid dari sejumlah pertanyaan yang sudah diberikan terlebih dahulu kepada para responden, jumlah pertanyaan yang valid kemudian diuji kembali dengan metode reliabilitas (Umar, 2004).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui model regresi berdistribusi normal, uji ini menggunakan pengujian *univariate* dengan *one sampel Kolmogorov smirnov*. Adapun hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa nilai *asympt.sig (2-tailed)* untuk ke tiga model regresi lebih besar 0,05 artinya data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengujian Multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variable mempunyai nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas berdasarkan uji scatterplot yaitu titik-titik pada Scatterplot menyebar di kiri dan di kanan titik 0 pada sumbu X serta menyebar di bawah dan di atas titik 0 pada sumbu Y, dan juga tidak membentuk pola tertentu, ini menunjukkan bahwa dalam regresi tersebut tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Selain peneliti juga melakukan uji statistik heteroskedastisitas hasil analisis menyatakan bahwa nilai signifikan variabel diatas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

dalam model regresi ini. Hal ini konsisten dengan uji grafik scatterplot.

Analisis Regresi Linear

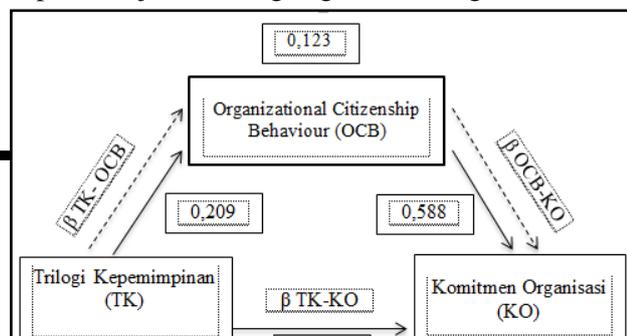
Analisis pengaruh dalam penelitian ini menggunakan regresi. Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear. Hasil uji analisis regresi linear pengaruh trilogi kepemimpinan terhadap komitmen organisasisebesar 0,003 ($p < 0,05$) dan t hitung sebesar 3,042 (positif). Selain itu hasil uji analisis regresi linear pengaruh trilogi kepemimpinan terhadap OCB sebesar 0,081 ($p > 0,05$) dan t hitung sebesar 1,772 (positif) sehingga terdapat pengaruh tidak signifikan variabel trilogi kepemimpinan terhadap OCB.

Selanjutnya hasil uji analisis regresi linear pengaruh Organizational Citizenship Behavior (Z) terhadap komitmen organisasi (Y) sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan t hitung sebesar 6,810 (positif) sehingga terdapat pengaruh positif yang signifikan. Kemudian hasil uji analisis regresi linear berganda pengaruh trilogi kepemimpinan dan Organizational Citizenship Behavior (Z) secara bersama-sama terhadap komitmen organisasi (Y). Tingkat signifikansi untuk variabel trilogi kepemimpinan (X) sebesar 0,019 ($p < 0,05$) dan t hitung sebesar 2,403 (positif) dan tingkat signifikansi untuk variabel Organizational Citizenship Behavior (Z) sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan t hitung sebesar 6,385 (positif) sehingga terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap komitmen organisasi (Y).

Hasil analisis jalur (Path Analysis).

Besar pengaruh langsung (Direct effect atau DE) antara variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut. Pengaruh variable trilogi kepemimpinan (X) terhadap Organizational Citizenship Behavior (Z) = 0,209, Pengaruh variabel trilogi kepemimpinan (X) terhadap komitmen organisasi (Y) = 0,344, Pengaruh variabel Organizational Citizenship Behavior (Z) terhadap komitmen organisasi (Y) = 0,588.

Sedangkan Pengaruh tidak langsung (Indirect Effect atau IE) antara variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel mediasi adalah pengaruh variabel trilogi kepemimpinan (X) terhadap komitmen organisasi (Y) melalui OCB (Z) = $(0,209 \times 0,588) = 0,123$. Berdasarkan hasil analisis dapat ditunjukkan dengan gambar sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Analisis Jalur

Hasil tabel 4.1 dapat diketahui bahwa variabel OCB tidak memenuhi syarat sebagai variable intervening atas Pengaruh langsung trilogi kepemimpinan terhadap komitmen organisasi. Besarnya pengaruh trilogi kepemimpinan terhadap komitmen organisasi menurun setelah dikontrol OCB yaitu yang semula 0,344 turun menjadi 0,221 dan tidak signifikan. Dalam hal ini, peneliti mengacu pada pendapat Baron dan Kenny (1986) dalam Srimulyani (2014: 67) menyatakan bahwa suatu variabel berfungsi sebagai variabel mediasi (perantara) jika: 1) Variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel perantara; 2) Variabel perantara secara signifikan mempengaruhi variabel independen; 3) Variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen; 4) Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menurun secara dikontrol variabel perantara. Sehingga dari hasil analisis tersebut tidak memenuhi syarat seperti dalam Baron dan Kenny.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97). Dari hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa trilogi kepemimpinan mempengaruhi variabel komitmen organisasisebesar 11,8%, sisanya sebesar 88,2% diterangkan dari variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini. Variabel trilogi kepemimpinan mempengaruhi variabel OCB sebesar 4,4%, sisanya sebesar 95,6% diterangkan dari variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini. Variabel OCB mempengaruhi variabel komitmen organisasi sebesar 40,2%, sisanya sebesar 59,8% diterangkan dari variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini. Variabel trilogi kepemimpinan dan OCB mempengaruhi variabel komitmen organisasi sebesar 44,9%, sisanya sebesar 55,1% diterangkan dari variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan terhadap hasil penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa hal: (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan trilogi kepemimpinan terhadap komitmen organisasi dengan $\alpha = 0,05$ ($p = 0,003$) (2) Terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan trilogi kepemimpinan terhadap OCB dengan $\alpha = 0,05$ ($p = 0,081$) (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Organizational Citizenship Behavior (OCB) terhadap komitmen organisasi dengan $\alpha = 0,05$ ($p = 0,000$) (4). Dari hasil uji jalur, terdapat pengaruh yang positif trilogi kepemimpinan terhadap komitmen organisasi dengan OCB sebagai variable intervening dan tidak signifikan. Dari hasil uji jalur variabel OCB tidak memenuhi syarat sebagai variable intervening.

Saran

Bagi pimpinan organisasi kemahasiswaan supaya meningkatkan trilogi kepemimpinan sehingga dapat meningkatkan komitmen anggota organisasi. Pimpinan hendaknya memberikan kesempatan dan kebebasan seluas-luasnya kepada anggota untuk merdeka lahir dan batinnya, berprestasi dan berperilaku ekstra terhadap organisasi. Selain itu bagi pengurus organisasi kemahasiswaan UST hendaknya dapat meningkatkan komitmen organisasi secara profesional, integritas, dan bertanggungjawab.

Serta bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat menerapkan trilogi kepemimpinan pada penelitian lain.

REFERENSI

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Budihardjo, A., 2004. "Mengenal Organizational Citizenship Behavior (OCB)". *Forum Manajemen Prasetiya Mulya Tahun ke-XVIII*, No. 82 April 2004.
- Foot, David A. and Thomas Li-Ping Tang. 2008. Job satisfaction and organizational citizenship behavior (OCB) Does team commitment make a difference in self-directed teams?. *Management Decision* Vol. 46 No. 6, 2008 pp. 933-947
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Greenberg, J. & Baron, R. 2003 *Behavior in Organization*. New Jersey: Prentice Hall.
- Gunawan, Ary. 2008. *Administrasi Sekolah (Administrasi Pendidikan Mikro)*. PT Renika Cipta Utama : Jakarta.
- Habibi. 2009. *Pengaruh Bimbingan Orang Tua Terhadap Motivasi Belajar Siswa MTsN Suceh Simo Boyolali*. Skripsi. Fakultas Agama Islam. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hadiwijoyo, Soenanro. *Pendidikan Ketamansiswaan Jilid II*. Hal. 77-78.
- Harwika, Wiwiek. 2013. *The Influence of Servant Leadership on Organization Culture, Organizational Commitment, Organizational Citizenship Behavior and Employees' Performance (Study of Outstanding Cooperatives in East Java Province, Indonesia)*. *Journal of Economics and Behavioral Studies* Vol. 5, No. 12, pp. 876-885, Dec 2013
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi revisi. Cetakan keenam. PT Bumi Aksara : Jakarta.
- Hoffman, Et Al. 2007. "Expanding the Criterion Domain? A Quantitative Review of the OCB Literature". *Journal Of Applied Psychology*, 92, 555-556.
- Hughes, R.L., Ginnett, R.C., & Curphy G.J. (2002). *Leadership: Enhancing the lesson of experience*. New jersey: Prentice- Hall.
- Khalid, S & Ali. H. 2005. "The Effect Of Organizational Citizenship Behavior on Withdrawal Behavior: A Malaysian Study". *International Journal Of Management and Entrepreneurship*, 1 (1) : 30-40, 2005.
- Konovsky, M.A., & Pugh, S.D., 1994. *Citizenship Behavior and its determinant in Mexico*, Paper Presented at the meeting of The National Academy of Management, Vancouver, British, Colombia, Canada.
- Kusmanto, Benedictus dan Widodo, Adi. *Pola kepemimpinan Ki Hadjar Dewantara*. *Jurnal Manajemen Pendidikan* Vol. 11, No. 2. 2016. Hlm. 22-23.
- Lutfiyani, Sifa. 2017. *Spirit Kepemimpinan Ki Hadjar Dewantara Sebagai Upaya Pengembalian Fitrah Kader HMI*. Makalah. Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Sukoharjo: Komisariat Ahmad Dahlan I.
- Musyafa, Haidar. 2015. *SANG GURU Novel Biografi Ki Hadjar Dewantara, Kehidupan, Pemikiran, dan Perjuangan Pendiri Tamansiswa (1889-1959)*. Imania : Jakarta Selatan.
- Novita, Dwi. 2017. *Pengaruh Budaya Organisasi dan Kompensasi Terhadap Komitmen*

- Karyawan Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Nugroho, Lilik. 2017. Implementasi Trilogi Kepemimpinan Pendidikan Ki Hadjar Dewantara Di Sd Taman Muda Ibu Pawiyatan Taman Siswa Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ilmu Pendidikan : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prabowo, Adhityo. 2014. Analisis Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Kepuasan Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perawat RSUP Dr.Kariadi, Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis: Universitas Diponegoro Semarang
- Rahayu, Fety. 2017. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Dimediasi Variabel Komitmen Organisasi. Skripsi. Fakultas Ekonomi: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Raju, P. Mohan & Srivastava, R.C. 1994. Factors Contributing to Commitment to The Teaching Profession. *International journal of Educational Management*, Vol. 8 (5): 7-13.
- Riduwan. 2004. Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Alfabeta : Bandung.
- Robbins, S.P., dan Judge, T.A., (2007). *Organizational Behavior* 12th ed. Pearson Prentice-Hall.
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. (2008). *Perilaku Organisasi (organizational Behavior)*. Salemba Empat : Jakarta.
- Robbins, Stephen P., Judge, Timothy A., 2006. *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat : Jakarta.
- Sahertian, Pieter. 2010. Perilaku Kepemimpinan Berorientasi Hubungan Dan Tugas Sebagai Antecedent Komitmen Organisasional, Self-Efficacy Dan Organizational Citizenship Behavior (OCB). Malang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.12, No. 2, September 2010: 156-169.
- Samsi Ibnu, 2008. *Organisasi dan Management*. PT Reneka Cipta : Jakarta.
- Saragih, R & Joni. 2007. "Individualisme-Collectivism (ic) As An Individual Difference Predictor Of Organizational Citizenship Behavior (OCB) In An Accounting Environment Setting". *Jurnal Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung*; Volume 6, No.2, Mei 2007.
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasi*. CV. Andi Offset : Yogyakarta.
- Srimulyani, Veronika A dan Vicki, Ardhika. Pengaruh Mediasi kepuasan Kerja Pada Hubungan Work-Family Conflict dan Komitmen Organisasional. *Jurnal ilmu manajemen*. Volume 11, Nomor 3, Agustus 2014. Hlm 67-68.
- Sundari, Putri. 2011. Peran Organizational Citizenship Behavior Dalam Menurunkan Tingkat Turnover Pada PT. Yudhistira Ghalia Indonesia. Skripsi. Program Sarjana Alih Jenis Manajemen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor Bogor.
- Suparti, 2013. Implementasi Trilogi Ki Hajar Dewantara Dalam Kepemimpinan Kepala Sekolah Di SMA Taman Madya Ibu Pawiyatan Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan: UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta.
- Suratman. 1991. *Pola Pendidikan Tamansiswa*. Yogyakarta: Majelis Luhur Persatuan Tamansiswa.
- Suratman.1980. Tut wuri Handayani. Penerbit Majelis Luhur Tamansiswa Yogyakarta.
- Sutrisno, Edy. 2007. *Manajemen Stratejik konsep dan kasus*, penerbit YKPN.
- Tahir, Arifin. 2014. *Buku Ajar Perilaku Organisasi*. Edisi pertama. Cetakan pertama. Deepublish: Yogyakarta.
- Umar, H. 2004. *Riset Sumber Daya Manusia*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Wiyono, Gendro., 2011. *Merancang Penelitian Bisnis*. Edisi Pertama. STIM YKPN. Yogyakarta.



UPAJIWA

Jurnal Online Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daerah Rakyat

PRODI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
upajiwa_mm@ustjogja.ac.id

e-ISSN: 2579-535X
p-ISSN: 2641-0853

jurnalfc.ustjogja.ac.id

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI INTERVENING KEPUASAN

Antonius Suselo¹

Magister Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Abstrak

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk dan desain produk terhadap kepuasan pelanggan; (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan desain produk terhadap loyalitas pelanggan; dan (3) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Modena area cabang Yogyakarta dengan sampel 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan desain produk terhadap kepuasan pada produk Modena di area cabang Yogyakarta (2) Terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, desain produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Modena di area cabang Yogyakarta. (3) Terdapat pengaruh positif yang signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, desain produk, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan.

Abstract

This study aims: (1) To determine the effect of quality, product and product design on customer satisfaction; (2) To know affect the quality of service, product, and product design to customer loyalty; and (3) To know the influence of consumer to customer loyalty. Population in this research is all consumer of Modena area of Yogyakarta branch with sample 100 people. The technique uses data using questionnaires. The analysis is a multiple regression analysis and path analysis. Based on the research result, it can be concluded that: (1) There is a significant positive effect of service quality, product quality, and product design on satisfaction of Modena product in Yogyakarta branch area (2) there is significant positive influence of service quality, product quality, product design and satisfaction customer to customer loyalty on Modena product in branch area of Yogyakarta. (3) There is a significant positive effect to consumers on customer loyalty of Modena product in Yogyakarta branch area.

Keywords: service quality, product quality, product design, loyalty customers, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, globalisasi, dan terbukanya pasar dunia merupakan tantangan berat bagi perusahaan. Dengan terbukanya pasar dunia maka persaingan bisnis menjadi semakin tajam sehingga eksistensi perusahaan akan ditentukan oleh perusahaan yang paling efisien dan paling memuaskan pelanggan, sedangkan perusahaan yang tidak siap bersaing akan tereliminasi dari pasar. Perusahaan harus menerapkan kebijakan dan strategi yang relevan dalam rangka persaingan bisnis yang semakin ketat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah menjaga retensi pelanggan dengan menciptakan produk-produk yang handal dan memiliki kualitas terbaik, sehingga akan menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml dkk., 1996: 60) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Caruana, 2002: 36). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk., 2004).

Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut hasil riset Wharton Business School, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan bahwa kualitas layanan mempengaruhi loyalitas baik secara

langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk. Menurut Kotler (2007:144) semakin tinggi tingkat kualitas produk, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, dengan tingginya kepuasan yang dirasakan konsumen maka konsumen akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produk tersebut.

Dilihat dari segi kualitas produk, kualitas mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Kotler dan Armstrong, 2006:279). Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah desain produk. Hal ini dikarenakan desain atau bentuk produk merupakan atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen agar mereka tertarik dan kemudian membelinya (Indriyo Gito Sumarno, 2000:192). Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan (Asep Herman Suyanto, 2007: 112). Dalam praktiknya konsumen dapat melihat bahwa desain produk dari merek tertentu, berbeda dengan desain produk yang sama namun merek yang berbeda. Jika produsen dapat memberikan desain produk yang memuaskan tentu konsumen tidak ingin beralih kepada produk lain yang dinilai memiliki desain produk yang buruk.

Loyalitas pelanggan tentu akan tercipta jika pelanggan merasakan kepuasan terhadap berbagai aspek dalam produk tersebut diantaranya puas terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk. Menurut Anung Pramudyo (2012) bila kepuasan konsumen dapat tercipta dengan baik, ini merupakan keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan. Cara memuaskan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapat pangsa pasar yang lebih luas,

karena bagi perusahaan, salah satu faktor penentu kesuksesan dalam menciptakan loyalitas para pelanggannya adalah menciptakan kepuasan.

Upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan juga terus dilakukan oleh produsen Modena. Sejak 1981, MODENA hadir sebagai penyedia peralatan rumah tangga dengan lini produk *cooking*, *cooling*, dan *cleaning*, dengan desain elegan khas Italia. Dengan menerapkan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001-2008 dan diperkuat oleh garda depan agen *call center*, serta *service center* yang tersebar di 26 kota di seluruh Indonesia, MODENA tidak hanya menjamin kualitas produk yang bermutu namun juga senantiasa menjaga kualitas pelayanan purna jual. Sejak dahulu Modena merupakan pemimpin produk *cooking* untuk *big appliances* di Indonesia, terbukti dengan hasil dari GfK di tahun 2010 dan 2011 dimana MODENA berhasil meraih penghargaan sebagai merek nomor 1 paling banyak dibeli oleh konsumen di Indonesia untuk kategori produk *freestanding cooker*, *built-in hob*, *built-in oven*, dan *exhaust hood* dengan menguasai lebih dari separuh pangsa pasar nasional. (<http://www.Modena.co.id/news.php?newsid=229&mode=news>).

Dampak melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika akhir-akhir ini membawa dampak yang cukup serius terhadap penjualan produk Modena karena sebagian besar bahan yang digunakan adalah bahan-bahan yang harus impor dari luar negeri. Untuk terus meningkatkan daya saing Modena harus bisa meningkatkan kualitas karena tidak bisa menekan dari sisi harga.

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam Nur Nasution (2004: 47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan.

Selanjutnya menurut Parasuraman et.al. (1990: 19), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai “*The extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions*”. Pendapat tersebut dapat diartikan, bahwa kualitas pelayanan merupakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan pengguna dan tingkat persepsi mereka.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Lovelock dalam Fandy Tjiptono, 2008: 59). Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan (*perceived service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa yang bersangkutan dipersepsikan baik atau positif. Sebaliknya jika *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau tidak baik (Fandy Tjiptono, 2008: 121).

Dalam hal ini, kualitas total suatu jasa pelayanan terdiri atas tiga komponen utama (Gronroos dalam Muhtosim Arief, 2007: 118), yaitu sebagai berikut: 1) *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. 2) *Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa. 3) *Corporate quality*, yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya Tarik khusus suatu perusahaan. Dari pengertian dan penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.

Produk

Produk diperuntukkan bagi pemuasan akan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Produsen harus memperhatikan secara hati – hati kebijakan akan produknya.

Pada dasarnya suatu produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, antara lain berdasarkan pada daya tahan produk dalam penggunaannya atau wujud produk tersebut. Berdasarkan kriteria tersebut Fandy Tjiptono (2004: 5), mengelompokkan produk menjadi tiga kelompok, yaitu:

- 1) *Non-durable goods* (barang yang tidak terlalu lama), yaitu barang yang dikonsumsi sekali pakai atau memiliki jangka waktu kurang dari satu tahun.
- 2) *Durable goods* (barang yang dapat bertahan lama), yaitu barang yang bersifat tahan lama dan dapat dipergunakan lebih dari satu tahun.
- 3) *Service* (jasa), yaitu suatu aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk dijual.

Komarrudin (1999: 253) menjelaskan bahwa kualitas produk dapat menggambarkan salah satu dari hal – hal seperti kemampuan untuk mempergunakan (*fitness for use*), kelas atau derajat (*grade*), mutu kecocokan (*quality of conformance*), karakteristik mutu (*quality of characteristic*), fungsi mutu (*quality function*), dan nama sebuah bagian dalam organisasi (*quality department*). Untuk mendefinisikan kualitas (*quality*), menurut Garving (dalam Gaspersz, 1997: 86) digunakan beberapa macam pendekatan, yaitu:

- 1) *Trancendent (quality as excellence)*
Pendekatan ini lebih bersifat subyektif dalam membedakan antara kualitas baik dan buruk. Unsur kesempurnaan (*excellency*) suatu benda dijadikan parameter kualitas benda tersebut.
- 2) *Product-based*
Kualitas benda diindikasikan oleh kehadiran tampilan-tampilan spesifik (*specific feature*) atau sifat (*attribute*) pada benda tersebut.
- 3) *User-based (fitness for use)*
Kualitas diukur dari apakah benda yang digunakan dapat memuaskan pemakainya.
- 4) *Manufacturing-based (quality as conformance to specification)* Produk

yang dibuat sesuai dengan spesifikasi desain merupakan produk yang berkualitas tinggi.

- 5) *Value-based (quality as value for the price)*

Kualitas suatu barang diindikasikan oleh kerelaan pengguna untuk membeli barang tersebut (*willingness to pay*).

Kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa definisi di atas adalah bahwa kualitas suatu produk merupakan kadar dari tingkat baik buruknya suatu barang atau jasa yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa sehingga barang tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh para konsumen produk tersebut.

Desain Produk

Indriyo Gito Sumarno (2000:192) menyatakan bahwa “desain atau bentuk produk merupakan atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen agar mereka tertarik dan kemudian membelinya”. Dalam praktiknya kita dapat melihat bahwa desain produk dari merek tertentu, berbeda dengan desain produk yang sama namun merek yang berbeda. Asep Herman Suyanto (2007: 112) menyatakan bahwa “Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan”.

Sedangkan menurut Kotler (2007: 131-138) terdapat 7 (tujuh) indikator desain produk yaitu:

- a) Ciri-ciri, adalah karakteristik yang mendukung fungsi dasar produk. Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan beberapa ciri-ciri. Ciri-ciri produk merupakan alat kompetitif untuk produk perusahaan yang terdiferensiasi. Beberapa perusahaan sangat inovatif dalam penambahan ciri-ciri baru ke produknya. satu dari faktor kunci keberhasilan perusahaan jepang adalah karena mereka secara terus menerus meningkatkan ciri-ciri tertentu pada produk seperti arloji, mobil, kalkulator dan lain-lain. Pengenalan ciri-ciri baru

- dinilai merupakan satu dari cara-cara yang sangat efektif dalam persaingan.
- b) Kinerja, mengacu kepada tingkat karakteristik utama produk pada saat beroperasi. Pembeli produk-produk mahal biasanya membandingkan kinerja (kenampakan/prestasi) dari merek-merek yang berbeda. Para pembeli biasanya rela membayar lebih untuk kinerja yang lebih baik sepanjang lebihnya harga tidak melebihi nilai yang dirasakan.
 - c) Mutu Kesesuaian, yang dimaksud dengan penyesuaian adalah tingkat dimana desain produk dan karakteristik operasinya mendekati standar sasaran. Mutu kesesuaian adalah tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Hal ini disebut konformansi karena spesifikasinya.
 - d) Tahan Lama (*Durability*), daya tahan merupakan ukuran waktu operasi yang diharapkan dari suatu produk tertentu. Sebagai contoh, Volvo mengiklankan mobilnya sebagai mobil yang mempunyai waktu pakai tertinggi untuk menjustifikasi harganya yang lebih tinggi. Pembeli bersedia membayar lebih untuk produk yang lebih tahan lama.
 - e) Tahan Uji (Reliabilitas), adalah ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan berfungsi salah atau rusak dalam suatu periode waktu tertentu. Pembeli rela membayar lebih untuk produk-produk dengan reputasi reliabilitas yang lebih tinggi. Mereka ingin menghindari biaya karena kerusakan dan waktu untuk reparasi.
 - f) Kemudahan Perbaikan (*Repairability*) Kemudahan perbaikan adalah suatu ukuran kemudahan perbaikan suatu produk yang mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan-kerusakan. Kemudahan perbaikan ideal akan ada jika pemakai dapat memperbaiki produk tersebut dengan biaya murah atau tanpa biaya dan tanpa memakan waktu terlalu lama.
 - g) Model (*Style*), menggambarkan seberapa jauh suatu produk tampak dan berkenan bagi konsumen. Model memberi keunggulan ciri kekhususan produk yang sulit untuk ditiru. Sebagai contoh, banyak pembeli mobil yang membayar lebih untuk mobil jaguar karena penampilannya yang luar biasa walaupun jaguar sendiri tidak begitu baik dari segi ketahanan uji (*reliability*).

Loyalitas Konsumen

Gramer dan Brown (dalam Priyanto Doyo Utomo 2006: 27) memberikan definisi mengenai loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Dari definisi yang disampaikan Gramer dan Brown, konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa.

- a) Ada beberapa fakta penting sehubungan dengan loyalitas pelanggan bagi perusahaan (Kotler, 2007: 58): Mendapatkan pelanggan baru biayanya bisa mencapai lima kali lipat lebih besar daripada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan diperlukan banyak usaha untuk membujuk pelanggan yang puas untuk beralih ke pemasok mereka yang sekarang.
- b) Rata – rata perusahaan kehilangan 10 % dari pelanggannya setiap tahun.
- c) Pengurangan 5 % dari tingkat kehilangan

pelanggan dapat meningkatkan laba sebesar 25 % sampai 85 %, tergantung pada industrinya.

- d) Tingkat laba pelanggan cenderung meningkat selama hidup pelanggan yang tetap bertahan itu.

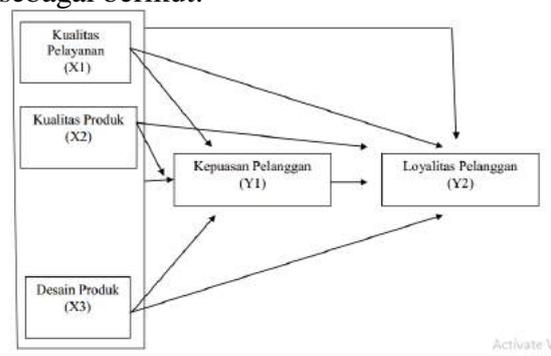
Kepuasan Pelanggan

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Konsep kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono (2004:311) dipengaruhi oleh harapan konsumen yang merupakan keinginan dan keuntungan konsumen. Di samping itu juga dipengaruhi oleh nilai produk atau manfaat yang dapat oleh konsumen jika mengkonsumsi produk tersebut. Pendapat konsumen berkenaan dengan apa yang diterimanya disebut sebagai nilai kualitas yang diharapkan. Para konsumen akan dipuaskan, jika kualitas aktual yang mereka terima lebih baik dari pada yang mereka harapkan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler, 2007:36).

Kerangka Pikir

Kerangka pikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta.

H2: Terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta.

H3: Terdapat pengaruh positif yang signifikan desain produk terhadap kepuasan pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta.

H4: Terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan desain produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Modena di area cabang Yogyakarta.

H5: Terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta.

H6: Terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta.

H7: Terdapat pengaruh positif yang signifikan desain produk terhadap loyalitas pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta.

H8: Terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan desain produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk Modena di area cabang Yogyakarta.

H9: Terdapat pengaruh positif yang signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta.

METODOLOGI PENELITIAN

Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta, sedangkan obyek penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan desain produk terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel intervening kepuasan pelanggan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Modena area cabang

Yogyakarta. Sedangkan dalam penelitian ini sampel penelitian diambil 100 orang.

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan questioner (angket). Penelitian kuesioner bertujuan untuk memperoleh data primer dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) atau dalam bentuk pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi langsung dari responden, jawaban sudah disediakan responden tinggal memilih.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan Analisa regresi berganda dan Analisis Jalur (*path analysis*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum perusahaan

Hadir di Indonesia sejak 1981 untuk menunjang gaya hidup modern masyarakat, MODENA telah menjejakkan kaki sebagai penyedia peralatan elektronik rumah tangga berkualitas tinggi dengan kehandalan produk yang menysasar pada segmen pasar kelas atas serta menengah atas. Terus berupaya untuk menjadi yang terbaik di kelasnya, MODENA secara berkesinambungan mengembangkan beragam produk yang diklasifikasikan ke dalam 3 lini kategori, yaitu *cooking*, *cleaning* & *cooling*. Keseluruhan produk MODENA senantiasa menekankan pada aspek estetika desain, kaya akan fitur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna (*user friendly*), penerapan teknologi terkini serta ramah lingkungan.

Produk MODENA sebagai solusi cerdas dalam menciptakan *smart living* – sebuah kualitas hidup yang lebih baik bagi masyarakat. Tekad kuat untuk menjadi merek unggul penyedia kebutuhan rumah tangga pilihan konsumen, diwujudkan melalui konsistensi penyajian produk dan layanan terbaik dengan diperkuat garda depan *Customer Service Agents* serta Sentra

Servis tersebar di seluruh Indonesia yang siap memberikan dengan layanan purna jual yang dapat diandalkan. MODENA kini hadir melalui berbagai pendekatan distribusi mulai dari mata rantai mitra retailer, showroom resmi, maupun *online shopping* untuk menjamin pencatuan produk yang optimal dan dipantau langsung oleh 20 kantor cabang yang tersebar di seluruh nusantara.

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1.	Laki laki	42	42,0
2.	Perempuan	58	58,0
Jumlah		100	100,0

Sumber : Data primer, 2015

Hasil dari penyebaran kuisisioner diketahui bahwa pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta perempuan (58,0%) sedikit lebih banyak dibandingkan laki-laki (42,0%). Produk Modena yang digemari oleh masyarakat sebegini besar berhubungan dengan peralatan dapur, sehingga wajar apabila pelanggan dari Modena adalah perempuan.

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Pelanggan produk modena berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
1.	Pegawai negeri	14	14,0
2.	Pegawai swasta	33	33,0
3.	Wiraswasta	31	31,0
4.	Lain-lain	22	22,0
Jumlah		100	100,0

Sumber : Data primer, 2015

Hasil dari penyebaran kuisisioner

diketahui bahwa pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta sebagai pegawai negeri 14,0%, pegawai swasta 33,0%, wiraswasta 31,0% dan lainnya 22,0%. Berdasarkan jenis pekerjaan sebagian besar pelanggan produk Modena bekerja sebagai pegawai swasta. Fenomena ini tidak dapat dikatakan bahwa produk Modena hanya disukai oleh pegawai swasta saja, namun juga dapat dilihat dari demografi penduduk. Secara umum pelanggan produk Modena merata dilihat dari berbagai latar belakang pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa produk Modena dapat diterima oleh berbagai latar belakang pekerjaan.

Deskripsi responden berdasarkan usia

Karakteristik pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Pelanggan produk Modena berdasarkan usia

No.	Usia	Jumlah	Prosentase (%)
1.	15 – 30 tahun	32	32,0
2.	31 - 45 tahun	42	42,0
3.	46 – 60 tahun	26	26,0
Jumlah		100	100,0

Sumber : Data primer, 2015

Hasil dari penyebaran kuisioner diketahui bahwa pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta berusia 15-30 tahun 32,0%, usia 31-45 tahun 42,0% dan usia 46-60 tahun 26,0%. Berdasarkan usia sebagian besar pelanggan produk Modena berusia 31-45 tahun. Pelanggan yang berusia 31-45 tahun umumnya telah menikah dan usia pernikahannya belum terlalu lama. Kebutuhan akan alat-alat rumah tangga lebih banyak dibandingkan usia dibawahnya. Sedangkan pelanggan yang usia 46-60 tahun sebagian telah memiliki peralatan rumah tangga sehingga hanya bersifat melengkapi atau sekedar mengganti barang-barang yang tidak bisa digunakan kembali.

Deskripsi responden berdasarkan pendapatan

Karakteristik pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Pelanggan produk Modena berdasarkan pendapatan

No.	Pendapatan per bulan	Jumlah	Prosentase (%)
1.	< 5 juta	8	8,0
2.	5 – 10 juta	52	52,0
3.	10 – 15 juta	29	29,0
4.	> 15 juta	12	12,0
Jumlah		100	100,0

Sumber : Data primer, 2015

Hasil dari penyebaran kuisioner diketahui bahwa pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta mempunyai pendapatan <5 juta/bulan 8,0%, pendapatan 5-10 juta/bulan 52,0%, pendapatan 10-15 juta/bulan 29,0% dan pendapatan >15 juta/bulan 12,0%. Berdasarkan pendapatan sebagian besar pelanggan produk Modena mempunyai penghasilan <10 juta/bulan. Produk Modena bisa dikatakan lebih mahal dibandingkan dengan produk sejenis lainnya. Produk ini disukai oleh kalangan menengah keatas yang lebih memperhatikan kualitas daripada harga. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pelanggan produk Modena mempunyai penghasilan yang cukup tinggi.

Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi kualitas pelayanan (X1)

Analisis deskriptif menggunakan nilai total dari keseluruhan jawaban pertanyaan. Nilai total maksimum yaitu $20 \times 5 = 100$ dan nilai total minimum yaitu $20 \times 1 = 20$, sehingga diperoleh interval sebesar 16.

Tabel 5 Hasil tabulasi variabel kualitas pelayanan

Interval	Kategori	Jumlah	Prosentase (%)
20 – 35,9	Sangat rendah	3	3,0
36 – 51,9	Rendah	9	9,0
52 – 67,9	Sedang	64	64,0
68 – 83,9	Tinggi	22	22,0
84 -100	Sangat tinggi	2	2,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2015

Responden pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta yang mempersepsikan kualitas pelayanan sangat rendah 3 orang (3,0%), rendah 9 orang (9,0%), sedang 64 orang (64,0%), tinggi 22 orang (22,0%) dan sangat tinggi 2 orang (2,0%).

Analisis deskripsi kualitas produk (X2)

Analisis deskriptif menggunakan nilai total dari keseluruhan jawaban pertanyaan. Nilai total maksimum yaitu $24 \times 5 = 120$ dan nilai total minimum yaitu $24 \times 1 = 24$, sehingga diperoleh interval sebesar 19,2.

Tabel 6. Hasil tabulasi variabel kualitas design

Interval	Kategori	Jumlah	Prosentase (%)
24 – 43,1	Sangat rendah	0	0,0
43,2 – 62,3	Rendah	11	11,0
62,4 – 81,5	Sedang	81	81,0
81,6 – 100,7	Tinggi	8	8,0
100,8 -120	Sangat tinggi	0	0,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2015

Responden pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta yang mempersepsikan kualitas design sangat rendah 0 orang (0,0%), rendah 11 orang (11,0%), sedang 81 orang (81,0%), tinggi 8 orang (8,0%) dan sangat tinggi 0 orang (0,0%).

Analisis deskripsi design produk (X3)

Analisis deskriptif menggunakan nilai total dari keseluruhan jawaban pertanyaan. Nilai total maksimum yaitu $10 \times 5 = 50$ dan nilai total minimum yaitu $10 \times 1 = 10$, sehingga diperoleh interval sebesar 8,0.

Tabel 7 Hasil tabulasi variabel design produk

Interval	Kategori	Jumlah	Prosentase (%)
10 – 17,9	Sangat rendah	1	1,0
18 – 25,9	Rendah	18	18,0
26 – 33,9	Sedang	60	60,0
34 – 41,9	Tinggi	16	16,0
42 -50	Sangat tinggi	5	5,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2015

Responden pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta yang mempersepsikan design produk sangat rendah 1 orang (1,0%), rendah 18 orang (18,0%), sedang 60 orang (60,0%), tinggi 16 orang (16,0%) dan sangat tinggi 5 orang (5,0%).

Analisis deskripsi kepuasan pelanggan (Y1)

Analisis deskriptif menggunakan nilai total dari keseluruhan jawaban pertanyaan. Nilai total maksimum yaitu $10 \times 5 = 50$ dan nilai total minimum yaitu $10 \times 1 = 10$, sehingga diperoleh interval sebesar 8,0.

Tabel 8. Hasil tabulasi variabel kepuasan pelanggan

Interval	Kategori	Jumlah	Prosentase (%)
10 – 17,9	Sangat rendah	4	4,0
18 – 25,9	Rendah	20	20,0
26 – 33,9	Sedang	50	50,0
34 – 41,9	Tinggi	21	21,0
42 -50	Sangat tinggi	5	5,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2015

Responden pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta yang mempersepsikan kepuasan sangat rendah 4 orang (4,0%), rendah 20 orang (20,0%), sedang 50 orang (50,0%), tinggi 21 orang (21,0%) dan sangat tinggi 5 orang (5,0%).

Analisis deskripsi loyalitas pelanggan (Y2)

Analisis deskriptif menggunakan nilai total dari keseluruhan jawaban pertanyaan. Nilai total maksimum yaitu $6 \times 5 = 30$ dan nilai total minimum yaitu $6 \times 1 = 6$, sehingga diperoleh interval sebesar 4,8.

Tabel 9 Hasil tabulasi variabel loyalitas pelanggan

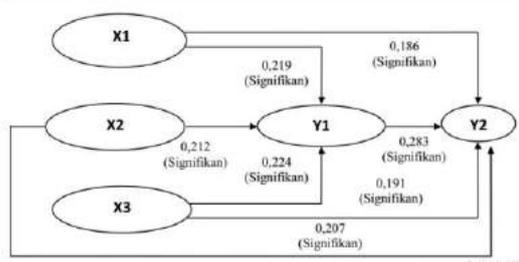
Interval	Kategori	Jumlah	Prosentase (%)
6 – 10,7	Sangat rendah	1	1,0
10,8 – 15,5	Rendah	17	17,0
15,6 – 20,3	Sedang	64	64,0
20,4 – 25,1	Tinggi	18	18,0
25,2 -30	Sangat tinggi	0	0,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2015

Responden pelanggan produk Modena di area cabang Yogyakarta yang mempersepsikan loyalitas sangat rendah 1 orang (1,0%), rendah 17 orang (17,0%), sedang 64 orang (64,0%), tinggi 18 orang (18,0%) dan sangat tinggi 0 orang (0,0%)

Analisis Jalur

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linear berganda model 1 dan model 2 dapat digambarkan analisis jalur seperti diagram dibawah ini.



Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 1 diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,022 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif (0,148) sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Cronin dan Taylor (1994: 130) yang berhasil membuktikan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh penilaian pelanggan terhadap kualitas

pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari konsumen terhadap perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan. Kualitas pelayanan yang ditampilkan oleh suatu perusahaan merupakan salah satu stimulus yang menciptakan konsumen melakukan transaksi kembali dengan perusahaan jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Zeithaml, Pasuraman, Berry 1990: 101). Kualitas pelayanan terutama untuk sektor jasa selalu diidentikkan dengan mutu usaha itu sendiri. Semakin baik dan memuaskan tingkat pelayanannya maka akan semakin bermutu usaha tersebut begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, usaha untuk meningkatkan pelayanan selalu dilakukan agar dapat memaksimalkan kualitas jasa. Pada hakekatnya kualitas pelayanan merupakan suatu perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya. Kualitas yang dirasakan merupakan penilaian konsumen terhadap keseluruhan kinerja karyawan Modena Cabang Yogyakarta. Kualitas sebagai penilaian subyektif konsumen sangat ditentukan oleh persepsi konsumen tersebut terhadap jasa, persepsi tersebut dapat berubah karena pengaruh penilaian tersebut.

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 1 diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,028 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif (0,171) sehingga semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas produk maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan

Deny Irawan dan Edwin Japariato (2005) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran Por Kee Surabaya. Penelitian Fornell (1992: 13) juga membuktikan bahwa terdapat hubungan antara kualitas produk yang dirasakan konsumen dengan kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi kepuasan pelanggan. Pandangan pelanggan, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati pelanggan dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya yang lain. Indikator yang sering digunakan dalam pengukuran kualitas produk yaitu tampilan produk yang dihasilkan, tingkat kesesuaian produk yang dihasilkan, daya tahan produk dan kehandalan produk yang dihasilkan.

Fandy Tjiptono (2004: 311) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh nilai produk atau manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Oleh karena itu, konsumen dapat merasakan manfaat produk tersebut jika produk tersebut berkualitas. Dalam studinya mengenai pelanggan di Swedia, Fornell (1992: 13) membuktikan bahwa terdapat hubungan antara kualitas produk yang dirasakan konsumen dengan kepuasan konsumen. Cronin dan Taylor (1992: 65) juga menemukan adanya hubungan kausal yang kuat dan positif antara kualitas produk secara keseluruhan dengan kepuasan pelanggan

Pengaruh design produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 1 diketahui bahwa nilai signifikansi design produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,020 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa design produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif (0,248) sehingga semakin tinggi design produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah design produk maka semakin rendah pula kepuasan

pelanggan.

Fandy Tjiptono (2004: 311) mengemukakan bahwa salah satu upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui strategi produk adalah menciptakan produk dengan desain produk yang berkualitas. Asep Herman Suyanto (2007: 112) menyatakan bahwa desain produk yang handal tercermin dari totalitas keistimewaan produk yang dapat mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Desain produk yang unggul menjadi salah satu ciri produk yang berkualitas (Gasperz, 1997: 88). Oleh karena itu, desain produk juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 1 diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien korelasi menunjukkan nilai positif (0,454) sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan atau sikap terhadap produk dan jasa yang muncul sesudah konsumen melakukan penilaian terhadap produk tersebut dengan membandingkannya antara harapan terhadap performance produk yang dirasakannya. Harapan pandangan terhadap kinerja suatu produk sebelum melakukan pembelian sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh, yang dapat berasal dari teman, perusahaan itu sendiri atau pesaingnya, pengalaman masa lalu, atau sumber-sumber lain yang dapat

meyakinkan mereka. Harapan pelanggan banyak dipengaruhi oleh karakteristik produk yang diinginkan. Tingkat performa yang dibutuhkan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Kepentingan relatif atau urutan prioritas dari setiap karakteristik, kondisi kepuasan pelanggan terhadap performa yang ada sekarang (Gaspersz, 1997). Kepuasan konsumen antara lain dipengaruhi oleh persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Konsumen akan merasakan kepuasan jika memperoleh pelayanan yang berkualitas (Lukman, 2000:8). Pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang ditentukan. Produk atau jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan

(Kotler dan Armstrong, 2006: 123). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Desain produk yang unggul menjadi salah satu ciri produk yang berkualitas (Gaspersz, 1997: 88). Oleh karena itu, desain produk juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 2 diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,038 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif (0,052) sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah pula loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan

Caruana (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan. Kualitas yang dirasakan oleh konsumen memberikan dampak pada keinginan konsumen untuk mengunjungi kembali bahkan merekomendasikan pada orang lain serta dengan adanya kualitas yang baik dalam pemberian pelayanan jasa, menumbuhkan kepuasan bagi konsumen.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan konsumen merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta loyalitas konsumen, dan sebaliknya. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml dkk., 1996: 60) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Caruana, 2002: 36). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk., 2004).

Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 2 diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,034 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif (0,063) sehingga semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas produk maka semakin rendah pula loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Deny Irawan dan Edwin Japarianto (2005) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

di restoran Por Kee Surabaya. Penelitian Nurullaili dan Andi Wijayanto (2013) juga memberikan hasil yang sama dimana kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro. Produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi, dan ciri-ciri terbaik.

Konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama. Konsumen tersebut yang dalam penggunaan produk merasa terpuaskan pasti akan menjadi loyal. Menurut Kotler (2007:144) semakin tinggi tingkat kualitas produk, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, dengan tingginya kepuasan yang dirasakan konsumen maka konsumen akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produk tersebut. Dilihat dari segi kualitas produk, kualitas mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Kotler dan Armstrong, 2006:279).

Pengaruh desain produk terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 2 diketahui bahwa nilai signifikansi design produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,023 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa design produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif (0,094) sehingga semakin tinggi design produk maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah design produk maka semakin rendah pula loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Nurullaili dan Andi Wijayanto (2013) yang menyatakan bahwa desain

produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro. Desain menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk. Desain yang variatif akan menjadi daya tarik tersendiri. Semakin banyak variasi desain yang dihasilkan maka semakin besar peluang konsumen untuk memilih produk tersebut. Semakin baik desain produk maka semakin puas konsumen. Desain yang baik akan menghasilkan tampilan yang menarik, kinerja yang lebih baik, kemudahan dan kemurahan penggunaan produk serta kesederhanaan dan keekonomisan produksi dan distribusinya.

Desain atau bentuk produk merupakan atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen agar mereka tertarik dan kemudian membelinya (Indriyo Gito Sumarno, 2000:192). Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan (Asep Herman Suyanto, 2007: 112). Dalam praktiknya konsumen dapat melihat bahwa desain produk dari merek tertentu, berbeda dengan desain produk yang sama namun merek yang berbeda. Jika produsen dapat memberikan desain produk yang memuaskan tentu konsumen tidak ingin beralih kepada produk lain yang dinilai memiliki desain produk yang buruk.

Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 2 diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien korelasi menunjukkan nilai positif (0,589) sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk maka semakin tinggi pula

loyalitas pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk maka semakin rendah pula loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Priyanto Doyo Utomo (2006) yang menyebutkan bahwa pengurangan standar kualitas dari suatu merek akan mengecewakan konsumen bahkan konsumen yang paling loyal sekalipun begitu. Karena itu pihak perusahaan harus mengontrol kualitas merek, yakni dengan tetap memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan desain produk. Joko Riyadi (1999: 83) menyebutkan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen diantaranya adalah kualitas produk. Kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas konsumen. Rambat Lupiyoadi (2001:158) juga mengemukakan bahwa salah satu elemen kualitas produk yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen adalah desain produk. Faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah pelayanan, yakni dengan kualitas pelayanan yang baik yang ditawarkan oleh produsen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada merek tersebut.

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda model 2 diketahui bahwa nilai signifikansi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,003 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif (0,116) sehingga semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan maka semakin rendah pula loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Deny Irawan dan Edwin Japarianto (2005) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di restoran Por Kee Surabaya. Menurut Anung Pramudyo (2012) bila kepuasan konsumen dapat tercipta dengan baik, ini merupakan keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan. Loyalitas pelanggan tentu akan tercipta jika pelanggan merasakan kepuasan terhadap berbagai aspek dalam produk tersebut diantaranya puas terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk dan desain produk.

Kepuasan konsumen tersebut secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2004), terciptanya kepuasan konsumen akan memberikan manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan. Cara memuaskan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapat pangsa pasar yang lebih luas, karena bagi perusahaan, salah satu faktor penentu kesuksesan dalam menciptakan loyalitas para pelanggannya adalah menciptakan kepuasan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk maupun desain produk berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mendukung pemasaran lebih baik dari sebuah produk, sebagai contoh Modena kualitas pelayanan, kualitas produk, dan desain produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan akan produk tersebut. Oleh karenanya, kepuasan pelanggan akan mempengaruhi bagaimana loyalitas pelanggan akan produk tersebut sehingga faktor pelayanan, kualitas produk dan desainnya harus selalu sesuai perkembangan dan minat pasar.

REFERENSI

- Anung Pramudyo. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). *JBMA*. Volume 1 Nomor 1.
- Asep Herman Suyanto. (2007). *Web Design Theory and Practices*. Yogyakarta: Andi.
- Basu swastha DH. (1999). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*,
- Cronin J. Joseph and Steven A. Taylor. (1992). Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing* Vol. 56 (July) p. 55-68.
- Deny Irawan dan Edwin Japarianto. (2005). Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 2, (2013) 1-8.
- Donal J. Shemwell, Ugur Yavas & Zaynep Bilgin. (1998). Customer Service Provider relationships: an emperical test of model of service quality, satisfaction and relationships oriented outcomes, *Internatioanal Journal of Service Industry management*, Vol 9 No. 2 hal. 155 –168.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., and Miniard, Paul W. (2005). *Perilaku Konsumen*. Terjemahan Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fandi Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.
- Feriawan Hidayat. (2014). *Jaga Kualitas, Jajaran Produk Modena Lulus SNI*. Diakses dari <http://www.beritasatu.com/interior/236169-jaga-kualitasjajaran-produk-Modena-lulus-sni.html>.
- Gilbert, G.R. et.al. (2004). Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. *The Journal of Services Marketing*, 18.
- Jill Griffin. (2005). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary, Amstrong. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I (Terjemahan: Bob Saban) Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 (Terjemahan: Hendra Teguh dan Rony A Rusly). Jakarta: Prehalindo.
- Nur Nasution. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Pustaka.
- Nurullaili dan Andi Wijayanto. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 2, Nomor 1, Maret 2013.
- Priyanto Doyo Utomo. (2006). *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. Thesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Storey, Chris and Christoper J. Easing wood (1998); “The Augmented Service Offering A Conceptualization and Study of Its Impact on New Service Success”, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 15 (Abstract).
- Taylor, S.A.; Celuch, K. & Goodwin, S. (2004). The importance of brand equity to customer loyalty. *Journal of Product & Brand Management* (31)4:217-227.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry. (1990). *Delivering Quality Services*. New York: Free Press.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60

UST

*“Lawan Sastra
Ngesti Mulya”*

Office:

**Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
Jl. Kusumanegara No. 121. Mujamuju,
Umbulharjo, Yogyakarta, 55165
Phone/Fax: +62274-542224
CP Admin: +62813-2800-0361
Email: upajiwa_mm@ustjogja.ac.id.
Ejournal: <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>**



9 772614 085001