



p-ISSN 2828-707X
e-ISSN 2829-0917

VOL 1 Nomor. 2 Juli 2022

FLURALIS

Faletehan Jurnal Ekonomi dan Bisnis



Diterbitkan oleh :
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Faletehan**



FLURALIS®

FALETEHAN JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

FALETEHAN JURNAL
EKONOMI DAN BISNIS

VOL 1 Nomor. 2 Juli 2022

p-ISSN 2828-707X
e-ISSN 2829-0917

FLURALIS

Jurnal yang berisi tentang hasil penelitian, gagasan konseptual, kajian dan aplikasi teori, tinjauan kepustakaan, resensi buku baru, dan tulisan praktis dalam bidang ekonomi dan bisnis. Jurnal yang meliputi topik terkait berupa Bisnis dan Manajemen, kewirausahaan, keuangan, manajemen sumber daya manusia, pemasaran, operasi asuransi, bisnis internasional, logistik, sistem informasi manajemen, manajemen strategi, produksi, tata kelola perusahaan yang baik, manajemen manufaktur, manajemen publik dan nirlaba, kontrol kualitas, manajemen perpajakan, dan topik terkait lainnya.

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Pimpinan Redaksi

Suhroji Adha, SE.,MM

Ketua Dewan Redaksi

Mira Nurhikmat, SE.,MM

Anggota Dewan Redaksi

1. Dr. Ir. Uli Wildan Nuryanto, ST, MM, IPM, CHRA, ASCA
Universitas Bina Bangsa
2. Enji Azizi, SE.,MM
Universitas Faletahan
3. Djaka Adiwinata, SE.,MM
Universitas Faletahan
4. Irawan, MM
Universitas Faletahan
5. Heri Sapari Kahp, SE.,MM
(Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Banten)
6. Vadilla Mutia Zahara, SE.,ME
(Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)
7. Nafiudin, SE.,MM
(Universitas Serang Raya)



FLURALIS®

FALETEHAN JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

FALETEHAN JURNAL
EKONOMI DAN BISNIS

VOL 1 Nomor. 2 Juli 2022

p-ISSN 2828-707X
e-ISSN 2829-0917

DAFTAR ISI

PENGARUH FAKTOR INVESTASI, DIVIDEN DAN PROFIT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERBANKAN YANG LISTED DI BURSA EFEK INDONESIA

Enji Azizi, Handika Putra, Jaka Dharma Surya (Hal 1-14)

PENGARUH KINERJA KOPERASI SIMPAN PINJAM PKPRI SERANG BANTEN TERHADAP KESEJAHTERAAN ANGGOTA/KARYAWAN

Irawan, Muhammad Hamdi, Mamat Rohmana (Hal 15-21)

STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA KATIRA MAKE UP ARTIST & HAIRDO DI SERANG

Sucihati, Dwi Fitrianiingsih, Saeful Fachri, Katarina Tia Susilowati (Hal 22-28)

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AMDK MEREK AQUA (STUDI KASUS DI KOTA SERANG)

Indar Riyanto, Lorherson Debataraaja (Hal 29-35)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PD BANK PERKREDITAN RAKYAT KANTOR KAS RAU KOTA SERANG

Raga Aquino, Amalia Tussoliha (Hal 36-48)

PENGARUH IKLIM ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR KECAMATAN GUNUNG KENCANA KABUPATEN LEBAK

Didi Wandu, Fidziah, Bagas Wahyu Ramadhan (Hal 49-66)

**PENGARUH FAKTOR INVESTASI, DIVIDEN DAN PROFIT TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PERBANKAN YANG LISTED DI BURSA EFEK INDONESIA**

Enji Azizi¹

enjiazizi99@gmail.com

Handika Putra²

Handikaputra861@gmail.com

Jaka Dharma Surya³

jakaprakasa193@gmail.com

Universitas Faletahan¹⁻³

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of investment decisions, dividends and profits on firm value. The research population is banking companies listed on the Indonesian Stock Foam (IDX) for the period 2014-2018. Investment decisions are proxied by the Price to Earning Ratio (PER); dividends are proxied by the Dividend Payout Ratio (DPR); Profit is proxied by Return on Equity Ratio (ROE) and firm value is proxied by Price to Book Value (PBV). Data analysis used multiple linear regression which was processed by the SPSS program. The results showed that investment decisions have a positive and significant effect on firm value. Dividend policy has no effect on firm value. Profitability has a positive and significant effect on company profitability.

Keywords: *Investment Decisions, Dividend Policy, Profitability and Company Value.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keputusan investasi, dividen dan profit terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. Keputusan investasi diproksi dengan *Price to Earning Ratio* (PER); dividen diproksi dengan *Dividen Payout Ratio* (DPR); profit diproksi dengan *Return on Equity Ratio* (ROE) dan nilai perusahaan diproksi dengan *Price to Book Value* (PBV). Analisis data menggunakan regresi linier berganda yang diolah dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Kata kunci: *Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan*

PENDAHULUAN

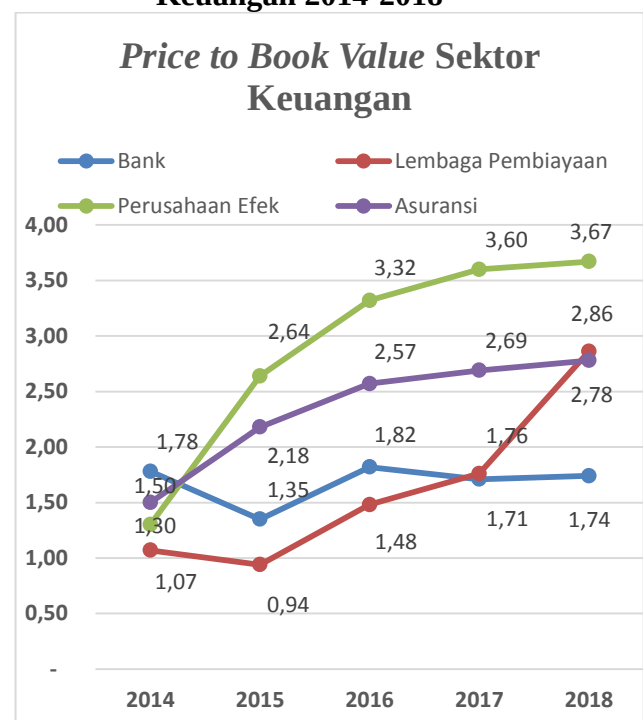
Industri sektor jasa keuangan khususnya perbankan telah lama mewarnai kegiatan perekonomian negara. Berdasarkan data statistik yang di rilis oleh Bursa Efek Indonesia per Desember 2018 diketahui kapitalisasi pasar pada sektor keuangan mencapai angka tertinggi yaitu 31% dengan nilai transaksi mencapai angka 24,1% yang didominasi besar oleh transaksi saham perbankan. Ketatnya persaingan di era globalisasi ini membuat peningkatan terhadap nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dapat dicapai perusahaan perbankan. Hal tersebut akan tercermin dari harga pasar sahamnya, karena penilaian para investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa efek untuk perusahaan perbankan yang sudah *go public*. Melalui nilai saham yang tinggi manajemen perbankan akan mempengaruhi kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Pada penutupan tahun 2019, kredit perbankan tercatat tumbuh 6,08% di tengah lemahnya permintaan komoditas global. Berbagai pihak berharap perbaikan pertumbuhan ekonomi dan kinerja sektor jasa keuangan yang positif akan terus berlanjut di tahun 2020. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperkirakan kinerja intermediasi perbankan akan tumbuh dikisaran 11% plus 1 dengan tingkat risiko yang tetap terjaga rendah yang tercermin dalam rencana bisnis bank tahun 2020 dengan target ekspansi kredit sebesar 10% (www.ojk.go.id).

Lancarnya kegiatan yang dilakukan oleh bank akan meningkatkan nilai perusahaan dan akan sangat mendukung dalam mencapai kesejahteraan para

stakeholders (Kartika dan Syaichu, 2006). Berdasarkan data statistik *Price to Book Value* Sektor Keuangan Indonesia periode 2014 sampai dengan 2018 yang dirilis Bursa Efek Indonesia mencatat rata-rata PBV perbankan dalam 5 tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang fluktuatif dengan tren yang menurun sebagaimana ditunjukkan pada Grafik berikut:

Grafik 1.1
Pertumbuhan *Price to Book Value* Sektor Keuangan 2014-2018



Sumber: IDX Statistics Periode 2014 – 2018

Pada tahun 2014 terlihat sektor perbankan memiliki rata-rata PBV yang paling tinggi dibandingkan lembaga keuangan lain seperti lembaga pembiayaan, perusahaan efek dan asuransi dengan PBV mencapai angka 1,78%. Tahun 2015 rata-rata PBV bank mengalami penurunan 0,43 poin menjadi 1,35% dan berada pada urutan ketiga. Tahun 2016 rata-rata PBV bank mengalami kenaikan menjadi 1,82% namun tetap berada di pada urutan ketiga. Perbankan kembali mengalami penurunan

PBV di tahun 2017 dan berada pada urutan ke empat hingga tahun 2018.

Pertumbuhan PBV perbankan yang kurang baik selama lima tahun terakhir tersebut menggambarkan adanya masalah pada kinerja keuangan bank, yang akhirnya membuat menurunkan tingkat kepercayaan investor dalam bentuk penilaian harga saham yang rendah (nilai perusahaan). Berbagai faktor diduga menjadi penyebab tidak stabilnya penilaian investor pada saham perbankan sehingga perlu dikaji lebih mendalam agar bisa menjadi bahan perbaikan sehingga dapat mengantisipasi kemungkinan terburuk di masa yang akan datang.

Berdasarkan fenomena yang telah disampaikan, pengkajian terhadap saham perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan masih menarik untuk diteliti. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Signaling theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Menurut Brigham dan Hosuton (2014) *signaling theory* merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan

manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang.

Signaling teori mengenai keputusan investasi pertama kali dikemukakan oleh Michael Spense pada tahun 1973 teori tersebut menyatakan bahwa pengeluaran investasi memberikan sinyal positif terhadap pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham sebagai indikator meningkatnya nilai perusahaan. Dalam kerangka teori sinyal disebutkan dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, yang disebabkan karena manajer mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (Wolk *et al*, 2013).

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*) (Jogiyanto, 2010). Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Jensen and Meckling (1976) mengungkapkan teori keagenan erat

kaitannya dengan hubungan antara *principal agent* yang membedakan antara pemilik dan manajemen, yang memisahkan antara perilaku, pembuatan keputusan dan fungsi daripada manajemen. Lebih lanjut teori ini mengungkapkan hubungan antara *principal agent* adalah sebuah perjanjian yang melibatkan satu pihak yang disebut *principal* dengan pihak lain yang disebut *agent* dimana *agent* tersebut diberikan wewenang oleh *principal* untuk membuat keputusan demi memenuhi kepentingan *principal*.

Dalam upaya mengatasi atau mengurangi masalah keagenan ini menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*) yang akan ditanggung baik oleh *principal* maupun *agent*. Jensen dan Meckling (1976) membagi biaya keagenan ini menjadi :

1. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh *principal* untuk memonitor perilaku *agent*, yaitu untuk mengukur, mengamati, dan mengontrol perilaku *agent*.
2. *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggung oleh *agent* untuk menetapkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa *agent* akan bertindak untuk kepentingan *principal*.
3. *Residual loss* merupakan pengorbanan yang berupa berkurangnya kemakmuran *principal* sebagai akibat dari perbedaan keputusan *agent* dan keputusan *principal*.

Untuk mengurangi biaya agensi tersebut maka diperlukan suatu alat kontrol yang dapat mengurangi risiko terjandinya asimetri informasi. Alat kontrol yang dapat digunakan oleh para *stakeholders* ialah laporan tahunan. Laporan tahunan pada dasarnya merupakan sarana transparansi dari akuntabilitas manajer kepada pemilik modal (Bernadi *et al*, 2009). Dengan pengungkapan yang luas (*extent*

disclosure), asimetri informasi antara manajer dan pemilik modal dapat berkurang.

Pengembangan Hipotesis

Menurut *signalling theory*, pengeluaran investasi memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang digunakan sebagai indikator nilai perusahaan (Wahyudi dan Pawestri, 2006). Semakin tinggi rasio PER suatu saham akan menunjukkan harga saham semakin tinggi terhadap pendapatan bersih per sahamnya yang mengartikan bahwa investasi di perusahaan juga tinggi dan menunjukkan sinyal pertumbuhan pendapatan perusahaan di masa yang akan datang. Hal tersebut dianggap sebagai *good news* yang nantinya akan mengubah persepsi para investor terhadap kinerja perusahaan sehingga dapat meningkatkan harga saham yang akhirnya akan memengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Esana (2017), Sumanti dan Mangantar (2015), Gayatri *et al* (2013), Afzal *et al* (2012), Rakhimsyah (2012) dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: Keputusan Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut *information content of dividend theory* investor akan melihat kenaikan dividen sebagai sinyal positif atas prospek perusahaan di masa depan, karena pembayaran dividen ini dapat mengurangi ketidakpastian dan mengurangi konflik keagenan antara manajer dan pemegang saham. Ketika perusahaan membagikan dividen maka tingkat pertumbuhan akan

berkurang. Disisi lain apabila perusahaan tidak membagikan dividen maka pasar akan memberikan sinyal negatif kepada prospek perusahaan. Semakin besar dividen yang dibagikan kepada pemegang saham, maka banyak investor yang akan tertarik melakukan pembelian saham sehingga harga saham akan naik dan hal tersebut juga akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu yaitu Purnama (2016), Esana (2017), Pratiwi (2018) dan Bailusy *et al* (2018) yang secara signifikan menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: Kebijakan Dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Teori sinyal melandasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Menurut Fahmi (2015) perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan, karena perusahaan memiliki prospek yang menjanjikan kedepannya. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan rasio profitabilitas yang tinggi, akan meningkatkan harga saham sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Mardiyati (2012), Sumanti dan Mangantar (2015) Indrayanti (2016), Putri *et al* (2018) meneliti tentang profitabilitas terhadap nilai perusahaan memperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data runtun waktu (*time series*) berupa data laporan keuangan (*annual report*) perusahaan perbankan yang listing di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Populasi penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang melaporkan dan mempublikasikan laporan keuangan tahunan (*annual report*) secara konsisten selama 5 tahun secara berturut-turut dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. Sampel dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan perbankan yang telah *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) yang berakhir tanggal 31 Desember selama periode pengamatan 2014-2018.
3. Menampilkan *Dividen Payout Ratio* (DPR) secara berturut-turut selama periode pengamatan tahun 2014-2018.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Keputusan Investasi. Sudana (2015) menyebutkan Keputusan Investasi berkaitan dengan proses pemilihan satu atau lebih alternatif investasi yang dinilai menguntungkan dari sejumlah alternatif investasi yang tersedia bagi perusahaan. Variabel Keputusan Investasi diproses sebagai Price Earning Ratio (PER).

$$PER = \frac{\text{harga pasar perlembar saham}}{EPS}$$

Sumber: Brigham dan Houston (2014)

Kebijakan Dividen. Menurut Hanafi dan Halim (2012) mengemukakan bahwa "*Dividend payout ratio* merupakan rasio pembayaran dividen yang melihat

bagian *earnings* (pendapatan) yang dibayarkan sebagai dividen kepada investor. Variable dividen diproksikan sebagai DPR.

$$DPR = \frac{\text{dividen per share}}{\text{Earning per share}}$$

Sumber Hanafi dan Halim (2012)

Profitabilitas. Menurut Sudana (2014) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan. Dalam penelitian ini digunakan *Return on Equity* (ROE).

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Taxes}}{\text{Equity}}$$

Sumber: Kasmir (2015)

Nilai Perusahaan. Brigham dan Houston (2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Variable nilai Perusahaan diproksikan sebagai *Price Book Value* (PBV).

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per lembar saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

Sumber: Brigham dan Houston (2016)

Analisis Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan cara uji signifikansi (pengaruh nyata) variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi digunakan oleh peneliti apabila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik-turunnya) variabel dependen, dan apabila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya. Adapun persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \alpha + \beta_1 PER + \beta_2 DPR + \beta_3 ROE + \varepsilon$$

Dalam hal ini:

PER = Kebijakan Investasi

DPR = Kebijakan Dividen

ROE = Profitabilitas

PBV = Nilai Perusahaan

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

α = Konstanta

ε = Standar Error

Setelah dilakukan perhitungan, kemudian harga koefisien t hitung dibandingkan dengan t tabel pada tingkat alpha yang ditetapkan yaitu 5%, dengan dk pembilang adalah k , dan dk penyebut adalah $(n - k - 1)$. Adapun penentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Bila nilai signifikansi $t < 0.05$, maka H_0 ditolak
2. Bila nilai signifikansi $t > 0.05$, maka H_0 diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Dari 44 perbankan yang sahamnya terdaftar di Bursa Efek Indonesia, diketahui sebanyak 7 bank baru melakukan IPO di tengah periode penelitian dan 29 bank lainnya tidak melakukan pembayaran dividen secara berturut-turut. Dengan demikian perbankan yang memenuhi kriteria *purposive sampling* hanya berjumlah 8 bank yaitu:

Tabel 4.1

Daftar Nama Bank Sampel

No.	Nama	Kode	IPO
1	Bank Central Asia Tbk	BBCA	30 Mei 2000
2	Bank Mestika Dharma Tbk	BBMD	08 Juli 2013
3	Bank Negera Indonesia (Persero) Tbk	BBNI	26 November 1996
4	Bank Rakyat	BBRI	10 November

	Indonesia (Persero) Tbk		2003
5	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	BBTN	17 Desember 2009
6	BPD Jawa Barat dan Banten Tbk	BJBR	08 Juli 2010
7	BPD Jawa Timur Tbk	BJTM	12 Juli 2012
8	Bank Mandiri (Persero) Tbk	BMRI	14 Juli 2003

Sumber: data diolah, 2021.

Keputusan investasi (PER)

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui dari 40 data yang di observasi, PER memiliki nilai rata-rata 14,1447 yang berarti harga pasar saham perbankan dihargai 14,14 kali *earning per share* yang dihasilkannya. Hasil ini menunjukkan bahwa adanya keputusan investasi yang tinggi dari investor pada perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai minimum PER adalah 5,28 dan maksimum 45,55 yang menunjukkan bahwa paling rendah harga saham perbankan sampel dihargai sebesar 5,28 kali *earning per share* dan paling tinggi 45,55 kali *earning per share*. Adapun nilai standar deviasi 7,48935 yang lebih rendah dibandingkan nilai *mean* menunjukkan bahwa variasi data pada cenderung stabil.

Kebijakan dividen (DPR)

Dari 40 data yang diolah dijelaskan bahwa rata-rata DPR adalah 36,7815 yang berarti perbankan yang sahamnya terdaftar di Bursa Efek Indonesia rata-rata memiliki kebijakan dividen sebesar 36,78% dari nilai *earning per share* yang dihasilkan perusahaan. Hasil ini menunjukkan selama tahun 2014-2018 perbankan memiliki rasio DPR yang cukup tinggi karena berani memberikan dividen lebih dari $\frac{1}{4}$ keuntungan perusahaan. Nilai minimum DPR sebesar 7,53 dan maksimum 75,52 menunjukkan bahwa perbankan memiliki kebijakan dividen yang berbeda-beda

dimana pada satu sisi ada yang memberikan DPR hanya 7,53% sedangkan di sisi lain ada yang memberikan DPR mencapai $\frac{3}{4}$ keuntungan perusahaan. Adapun standar deviasi 18,70329 yang lebih kecil dibandingkan nilai *mean* menunjukkan bahwa data kebijakan dividen cukup stabil.

Profitabilitas (ROE)

Diketahui nilai ROE memiliki rata-rata 13,7530 yang berarti rata-rata profitabilitas pada perbankan adalah sebesar 13,75% dari total ekuitas yang dimiliki. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perbankan pada tahun 2014-2018 rata-rata memiliki keuntungan ekuitas yang tergolong rendah. Nilai minimum 1,07 dan maksimum 24,82 menunjukkan kemampuan perbankan dalam menghasilkan profit tidak seragam. Selama tahun 2014-2018, perbankan ada yang hanya memperoleh profit 1,07% dan lainnya ada yang berhasil memperoleh keuntungan dengan angka yang cukup besar hingga 24,82% total ekuitas perusahaan. Nilai standar deviasi yang diperoleh 5,06260 lebih kecil dibandingkan nilai *mean* menunjukkan bahwa variasi data pada variabel ini cukup stabil.

Nilai Perusahaan

Terlihat rata-rata nilai perusahaan perbankan adalah 2,0040 yang artinya rata-rata pasar menghargai nilai saham 2% dari nilai buku per lembar yang ditetapkan perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perbankan pada tahun 2014-2018 secara umum memiliki nilai perusahaan yang masih rendah. Nilai minimum 0,75 dan maksimum 4,46 menunjukkan nilai perusahaan perbankan cukup beragam. Sebagian bank memiliki nilai perusahaan sangat rendah yaitu dibawah 1% dan sebagian lainnya memiliki nilai perusahaan

yang cukup tinggi hingga 4,46%. Standar deviasi 0,91592 yang lebih kecil dibandingkan nilai *mean* menunjukkan bahwa variasi data pada nilai perusahaan cukup stabil.

Uji Normalitas

Untuk menguji apakah data terdistribusi secara normal atau tidak, dalam penelitian ini digunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang hasilnya diuraikan:

Tabel 4.2
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.60767751
Most Extreme Differences	Absolute	0.211
	Positive	0.211
	Negative	-0.158
Kolmogorov-Smirnov Z		1.333
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.157

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data diolah, 2021.

Hasil pengujian normalitas diperoleh nilai signifikansi (*asymp sig. 2 tailed*) sebesar 0,157. Model regresi dinyatakan memiliki data yang terdistribusi normal apabila hasil uji Kolmogorov Smirnov menunjukan nilai signifikansi (*asymp sig. 2 tailed*) > 0,05 (Ghozali, 2015). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data pada model regresi telah terdistribusi normal, karena nilai signifikansi yang diperoleh > 0,05.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 4.3
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Price Earning Ratio (PER)	0.837	1.194
	Dividend Payout Ratio (DPR)	0.878	1.139
	Return on Equity (ROE)	0.842	1.187

a. Dependent Variable: Price to Book Value (PBV)

Sumber: data diolah, 2021.

Model regresi dinyatakan bebas multikolinieritas jika mempunyai nilai $Tolerance \geq 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$ (Ghozali, 2015). Hasil perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *Tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam hubungan antar variabel PER, DPR dan ROE.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Pengujian ini akan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) dengan kriteria sebagai berikut:

- Terjadi utokorelasi positif $\rightarrow 0 < d < dl \rightarrow$ ditolak.
- Tidak ada autokorelasi positif $\rightarrow dl \leq d \leq du \rightarrow$ tidak ada keputusan
- Terjadi autokorelasi negative $\rightarrow 4-dl < d < 4 \rightarrow$ ditolak
- Tidak ada autokorelasi negative $\rightarrow 4-du \leq d \leq 4-dl \rightarrow$ tidak ada keputusan
- Tidak ada autokorelasi positif maupun negative $\rightarrow du < d < 4-du \rightarrow$ diterima

Tabel 4.4
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.748 ^a	0.560	0.523	0.63249	2.152

a. Predictors: (Constant), Return on Equity (ROE), Dividend Payout Ratio (DPR), Price Earning Ratio (PER)

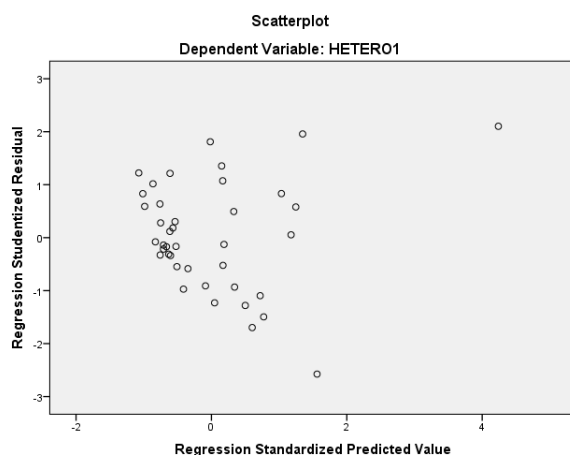
b. Dependent Variable: Price to Book Value (PBV)

Sumber : data diolah, 2021.

Berdasarkan data pada Tabel diperoleh nilai dW sebesar 2,152. Pada $df=40$ dan $k=3$, besarnya nilai dL diperoleh (1,338); dU (1,658); 4-dL (2,662); 4-dU (2,342). Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan poin (e) yang menyatakan tidak ada autokorelasi positif maupun negative jika $dU (1,658) < dW (2,152) < 4-dU (2,343)$. Dengan demikian model regresi dinyatakan terbebas dari gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2015). Uji heteroskedastisitas menggunakan metode chart (*diagram scatterplot*) yang diperoleh dari uji glesjer yaitu:



Gambar 4.1

Grafik Scatterplot

Sumber: data diolah 2021.

Dasar analisis keputusan:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas terlihat titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y yang mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Dengan demikian model regresi dinyatakan terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan layak dilanjutkan dalam proses penelitian.

Uji Goodnes of Fit

Uji *goodness of fit* dilakukan untuk melihat apakah model penelitian yang digunakan layak untuk di analisis. Hasil uji *goodness of fit* dapat dilihat dari nilai statistik F pada masing-masing model regresi dengan kriteria keputusan yaitu:

- Apabila nilai signifikansi uji $F > 0,05$ maka variabel bebas simultan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima.
- Apabila nilai signifikansi uji $F < 0,05$ maka variabel bebas simultan tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terikat atau hipotesis ditolak.

Tabel 4.5
Uji Goodnes of Fit

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	18.316	3	6.105	15.262	0.000 ^b
Residual	14.402	36	0.400		
Total	32.718	39			

- a. Dependent Variable: Price to Book Value (PBV)
b. Predictors: (Constant), Return on Equity (ROE), Dividend Payout Ratio (DPR), Price Earning Ratio (PER)

Sumber: data diolah, 2021.

Berdasarkan data diketahui nilai signifikansi uji F (0,000). Merujuk pada kriteria pengujian poin (b) dimana nilai signifikansi uji F > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pada model regresi tersebut simultan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari olah data yang dilakukan, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$PBV = -0,187 + 0,091 PER - 0,002 DPR + 0,070 ROE + e$$

Dari hasil persamaan di atas diketahui nilai konstanta sebesar -0,187 yang menunjukkan jika variabel PER, DPR dan ROE konstan, maka nilai PBV diperoleh sebesar 0,187. Nilai konstanta yang bertanda negatif ini menunjukkan bahwa rata-rata PBV perusahaan sampel dalam kondisi yang rendah.

Koefisien regresi PER sebesar 0,091 dengan tanda positif yang berarti ada hubungan positif antara PER dan PBV. Setiap penambahan pada nilai PER sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel DPR dan ROE tetap, maka akan meningkatkan nilai PBV sebesar 0,091 satuan, begitu juga sebaliknya.

Koefisien regresi DPR yaitu -0,002 dengan tanda negatif yang berarti ada hubungan negatif antara DPR dan PBV. Setiap penambahan pada nilai DPR sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel PER dan ROE tetap, maka akan menurunkan nilai PBV sebesar 0,002 satuan, begitu juga sebaliknya.

Koefisien regresi ROE yaitu 0,070 dengan tanda positif yang menunjukkan adanya hubungan positif antara ROE dan PBV. Setiap perubahan pada nilai ROE sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel PER dan DPR tetap maka akan meningkatkan nilai PBV sebesar 0,070 satuan, begitu juga sebaliknya.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian dilakukan melalui uji statistik t. Melalui uji ini akan diketahui bagaimana pengaruh PER, DPR dan ROE terhadap PBV serta bagaimana pengaruh PER dan DPR terhadap ROE. Keterdukungan hasil uji statistik t dengan hipotesis yang telah dirumuskan dapat dilihat dari nilai t hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan nilai t tabel. Dengan df=40-1 (uji satu pihak) nilai t tabel diperoleh sebesar 1,684 pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 4.6
Uji Hipotesis PER -> PBV

	Koefisien regresi (b)	t hitung	sig uji t
PER -> PBV	0,091	6,190	0,000

Sig. 5% (t tabel = 1,684)

Hasil analisis menunjukkan pengaruh PER -> PBV diperoleh nilai t hitung 6,190 dan sig uji t 0,000 yang signifikan pada tingkat 5%. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung (6,190) > t tabel (1,684) dan sig uji t (0,000) < (0,05). Nilai koefisien regresi yang diperoleh 0,091 dengan tanda positif menunjukan bahwa PER berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap PBV. Oleh karena itu, hipotesis 1 yang menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat dibuktikan.

Tabel 4.7
Uji Hipotesis DPR -> PBV

	Koefisien regresi (b)	t hitung	sig uji t
DPR -> PBV	-0,002	-0,313	0,756

Sig. 5% (t tabel = 1,684)

Hasil analisis menunjukkan pengaruh DPR -> PBV diperoleh nilai t hitung -0,313 dan sig uji t 0,756 tidak signifikan pada tingkat 5%. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung (0,303) < t tabel (1,684) dan sig uji t (0,756) > (0,05). Nilai koefisien regresi yang diperoleh 0,002 dengan tanda negatif menunjukkan bahwa DPR berhubungan negatif namun tidak signifikan terhadap PBV. Oleh karena itu, hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tidak dapat dibuktikan, karena menurut hasil penelitian kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4.8
Uji Hipotesis ROE -> PBV

	Koefisien regresi (b)	t hitung	sig uji t
ROE -> PBV	0,070	3,212	0,003

Sig. 5% (t tabel = 1,684)

Hasil analisis menunjukkan pengaruh ROE -> PBV diperoleh nilai t hitung 3,212 dan sig uji t 0,003 yang signifikan pada tingkat 5%. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung (3,212) > t tabel (1,684) dan sig uji t (0,003) < (0,05). Nilai koefisien regresi yang diperoleh 0,070 dengan tanda positif menunjukkan bahwa ROE berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap PBV. Oleh karena itu, hipotesis 3 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat dibuktikan.

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji statistik t ditemukan bahwa keputusan investasi yang diproksi melalui *Price to Earning Ratio* (PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan hipotesis yang telah dirumuskan dan mendukung *signalling theory* yang menyatakan pengeluaran investasi memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang digunakan sebagai indikator nilai perusahaan. Semakin banyak investor yang bersedia membayar untuk setiap laba yang dilaporkan, maka akan semakin tinggi penilaian investor pada perusahaan. Oleh karena itu nilai PER yang semakin tinggi menunjukkan adanya penilaian yang tinggi dari harga saham dibandingkan pendapatan bersih per saham.

Implikasi hasil penelitian ini adalah investasi di perusahaan yang semakin tinggi dan menunjukkan sinyal pertumbuhan pendapatan perusahaan yang baik di masa yang akan datang, akan dianggap sebagai *good news* yang dapat mengubah persepsi para investor terhadap kinerja perusahaan sehingga dapat meningkatkan harga saham dan akhirnya memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Esana (2017), Sumanti dan Mangantar (2015), Gayatri *et al* (2013), Afzal *et al* (2012), Rakhimsyah (2012) karena telah membuktikan keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji statistik t pada hipotesis 2 ditemukan tidak sejalan dengan hipotesis yang telah dirumuskan karena

kebijakan dividen yang diproksikan melalui *Dividend Payout Ratio* (DPR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan asumsi *information content of dividend theory* yang menyatakan investor akan melihat kenaikan dividen sebagai sinyal positif atas prospek perusahaan di masa depan yang akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Meskipun melalui pembagian dividen yang tinggi kepada pemegang saham diharapkan nilai perusahaan juga akan meningkat, namun pada penelitian ini terlihat adanya kecenderungan perusahaan tidak menghendaki pembagian dividen yang tinggi kepada pemegang saham karena semakin tinggi jumlah dividen yang akan dibagikan kepada pemegang saham, maka semakin rendah dana yang berada dalam pengelolaan manajemen.

Dalam penelitian ini perusahaan perbankan terlihat memiliki proporsi kebijakan dividen yang berbeda-beda namun cenderung tidak konsisten setiap tahunnya, sehingga hal ini dianggap sebagai sinyal negatif dari prospek perusahaan yang pada akhirnya cenderung dapat menurunkan nilai perusahaan. Penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Pratiwi (2018) dan Bailusy *et al* (2018) yang secara signifikan menyatakan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang sejalan dijelaskan oleh Wibowo dan Aisjah (2013) yang menemukan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Martha, *et al* (2017) juga ditemukan kebijakan dividen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji statistik t pada hipotesis 3 membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mendukung asumsi teori sinyal yang menyatakan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan, karena perusahaan memiliki prospek yang menjanjikan kedepannya. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan rasio profitabilitas yang tinggi, akan meningkatkan harga saham sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh Mardiyati (2012), Sumanti dan Mangantar (2015) Indrayanti (2016), Putri *et al* (2018) karena telah membuktikan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Secara teoritis, implikasi hasil penelitian ini menunjukkan untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi yang ditunjukkan oleh harga saham bank yang tinggi di pasar modal, bank perlu meningkatkan laba bersih yang dimiliki lebih besar dari peningkatan total asset yang dimiliki perusahaan setiap tahunnya. Sehingga manajemen tidak di anggap hanya mampu menciptakan keuntungan yang bersifat jangka panjang dalam bentuk asset namun juga mampu menciptakan keuntungan yang bersifat jangka pendek bagi perusahaan. Sementara secara manajerial, implikasi hasil penelitian ini adalah apabila terjadi peningkatan profitabilitas yang dinikmati oleh pemegang saham, maka perusahaan dianggap mengalami keberhasilan dan akan berdampak baik bagi pertumbuhan perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya rasio ROE yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah mampu menciptakan tingkat keuntungan yang

maksimal sehingga hal ini menimbulkan reaksi positif dari pasar yang akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

PENUTUP

Dari hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Disarankan agar perusahaan terus meningkatkan rasio keputusan investasi sehingga dapat meningkatkan persepsi investor pada saham perusahaan karena menurut hasil penelitian ditemukan keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Perusahaan disarankan untuk dapat meningkatkan profitabilitas dengan memaksimalkan pendapatan bersih setelah pajak yang diperoleh agar kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan.
3. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 8 perusahaan. Oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan dapat memperbesar ukuran sampel misalnya

dengan menambah jumlah perusahaan yang menjadi objek penelitian.

4. Penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan objek lain, tidak hanya pada perusahaan sektor perbankan terdaftar di Bursa Efek Indonesia, tetapi juga dari sektor lainnya misalnya pada sektor infrastructure, utilities dan transportation dan sektor lainnya.
5. Pada penelitian selanjutnya hendaklah menambah jumlah variabel independen dan menggunakan proksi lainnya dari tiap variabel yang sudah diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzal, Arie dan Abdul Rohman. 2012. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal Of Accounting* Vol : 1 No. 2
- Apsari, Idha Ayu, Dwiyoatmo, Devi Farah Azizzah, 2015. Pengaruh Return On Equity, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio, Dan Longterm Debt To Equity Ratio Terhadap Price Book Value. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 27 No. 2
- Brigham, F. E., & Houston, F. J. (2014). *Essentials of Financial Management*, 3rd edition. Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Cahyaningrum, Yustina Wahyu dan Tiara Widya Antikasari, 2017. Pengaruh Earning Per Share, Price To Book Value, Return On Asset, Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham Sektor Keuangan. *Jurnal Economia*, Volume 13, No.2.
- Chandra, Angelin, Arie Pratania Putri, Leoni Angela, Henny Puspita,

- Felicia Auryn, Faby Clariesta Jingga, 2020. Pengaruh Earning Per Share, Kebijakan Dividen, Arus Kas, Leverage Dan Return On Assets Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. Jurnal Riset Akuntansi 15(1), 2020.
- Ghozali, Imam. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hartono, Jogiyanto. (2010) Teori Portofolio dan Analisis Investasi (8th ed). Yogyakarta: BPFE.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavioragency and ownership structure. Journal of Financial Economics, 3, 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kasmir. 2015. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : Rajawali pers.
- Mamduh Hanafi dan Abdul Halim. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan, 2019. Penyebab Naik Turun Harga Saham Suatu Perusahaan.
- Purnama, Hari, 2016. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kebijakan Deviden, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Go Publik Di Bursa Efek Indonesia) Periode 2010 - 2014. Jurnal Akuntansi Vol.4 No.1 2016
- Rakhimsyah, Leli Amnah dan Barbara Gunawan, 2011. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Investasi Vol.7 No.1
- Spence, M., Quarterly, T., & Aug, N. (1973). Job Market Signaling. The Quartely Journal of Economics.
- Sutrisno. 2012. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: EKONISIA
- Wolk, et al. (2013), Signaling, Agency Theory, Accounting Policy Choice. Accounting and Business Research. 18

PENGARUH KINERJA KOPERASI SIMPAN PINJAM PKPRI SERANG BANTEN TERHADAP KESEJAHTERAAN ANGGOTA/KARYAWAN

Irawan¹

irawanopis3@gmail.com

Muhammad Hamdi²

muhamadhamdio123@gmail.com

Mamat Rohmana³

mamatrohmana99@gmail.com

Universitas Faletahan¹⁻³

ABSTRACT

This research was carried out on employees at Credit Unions PKPRI Serang Banten as related to the subject of this study on the Influence of Assessment Work Welfare Member / Employee Credit Unions PKPRI Serang Banten), by because it is in support of the discussion in this study, the data is needed valid-data associated with the two variables above. Assessment Work becomes variable X (independent) and Promotion Position in deskripsikan as a variable Y (dependent). Based on the data obtained, the level of agreement on the implementation of Assessment of employees at Credit Unions PKPRI Serang Banten positive effect on welfare Member / Employee. Thus the appraisal of Credit Unions PKPRI Serang Banten significant effect on Welfare Member / Employee so as to motivate employees to work harder in order to get a good assessment. This shows that the employee could not agree on the indicators work assessment.

Keywords: *Assessment Work, and Welfare, Member / Employee*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada karyawan di Koperasi Simpan Pinjam PKPRI Serang Banten serta yang berhubungan dengan topik dari penelitian ini tentang Pengaruh Penilaian Kerja Kesejahteraan Anggota/Karyawan Di Koperasi Simpan Pinjam PKPRI Serang Banten), oleh karna itu untuk mendukung dari pembahasan dalam penelitian ini maka dibutuhkan data-data yang valid yang berhubungan dengan kedua variable diatas. Penilaian Kerja menjadi variabel X (independent) dan Promosi Jabatan yang di deskripsikan sebagai variabel Y (dependent). Berdasarkan data yang diperoleh, maka tingkat persetujuan terhadap pelaksanaan

Penilaian kerja karyawan di Koperasi Simpan Pinjam PKPRI Serang Banten berpengaruh positif terhadap Kesejahteraan Anggota/Karyawan. Dengan demikian penilaian kerja Koperasi Simpan Pinjam PKPRI Serang Banten berpengaruh signifikan terhadap Kesejahteraan Anggota/Karyawan sehingga dapat memotivasi karyawan untuk lebih giat bekerja agar mendapat penilaian yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai sangat setuju terhadap indikator-indikator penilaian kerja.

Kata Kunci: *Penilaian Kerja dan Kesejahteraan Anggota/Karyawan.*

PENDAHULUAN

Dalam pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan cara organisasi dapat mempertahankan eksistensi kerja semua komponen organisasi. Sebuah organisasi harus mampu mengoptimalkan kemampuan sumber daya manusia yang dimilikinya agar pencapaian sasaran dapat terlaksana, namun hal tersebut tidaklah sederhana perlu pemahaman yang baik tentang organisasi, perlu ada strategi pengembangan yang matang agar Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki sebuah organisasi terpakai sesuai kebutuhan. (Hasibuan, 2007:9) PKPRI Serang Banten ini merupakan lembaga keuangan non bank yang didirikan berdasarkan Badan Hukum Koperasi Nomor 801/BH/PAD/KWK.10/1998 TANGGAL 02 MARET 1998 tepatnya pada tanggal 02 MARET 1998 dengan bidang usaha “Simpan Pinjam”. Peranan dan sumbangan koperasi bagi perekonomian semakin lama semakin penting karena membawa perubahan dalam struktur ekonomi. Secara makro dapat terlihat, koperasi semakin memasyarakat dan semakin melembaga dalam perekonomian, meningkatnya manfaat koperasi bagi masyarakat dan lingkungan, pemahaman yang lebih mendalam terhadap azas dan sendi koperasi serta tata kerja koperasi, meningkatnya produksi, pendapatan dan kesejahteraan akibat adanya koperasi, meningkatnya pemerataan dan keadilan melalui koperasi, meningkatnya kesempatan kerja yang ada karena koperasi. Demikianlah peranan, sumbangan serta

dampak pembangunan koperasi dalam perekonomian nasional. Semua ini mengakibatkan pertumbuhan struktural dalam perekonomian nasional yang tergantung pada pertumbuhan koperasi (*Co-operative Growth*), perkembangan koperasi (*Co-operative Share*) dan peran koperasi (*Co-operative Effect*) yang melibatkan, memberdayakan segenap lapisan masyarakat, sehingga dapat mengatasi kemiskinan. Dan Jumlah Angka/Jumlah yang terdapat di Kota/Kabupaten yaitu terdapat 3.880 Unit Koperasi yang masih aktif.

TINJAUAN PUSTAKA

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang cukup berperan untuk membantu perencanaan keuangan masyarakat peningkatan dalam kesejahteraan. Dalam menumbuhkan kembangkan perekonomian Indonesia. Koperasi merupakan usaha gerakan rakyat yang berdasarkan pada asas kekeluargaan. Saat ini koperasi di Indonesia sudah berkembang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya jenis koperasi yang didirikan. Perkembangan koperasi yang semakin pesat pun dipengaruhi oleh masyarakat yang semakin mengetahui manfaat dari adanya koperasi yang dapat membantu perekonomian serta mengembangkan kreatifitas masing-masing anggota. Koperasi dalam kegiatannya memiliki dua karakter yang khas yaitu bersifat ekonomi dan berwatak sosial, artinya meskipun dalam pokok usahanya berprinsip ekonomi, koperasi tetap mementingkan pendidikan pengkoperasian

bagi anggota dan juga masyarakat (Anoraga dan Widiyanti, 2002). Jenis-jenis koperasi pun sangat beragam, salah satunya adalah serba usaha jasa pinjaman uang. Dimana koperasi ini tidak hanya terdiri dari satu unit pelayanan saja namun terdiri dari beberapa jenis unit pelayanan salah satunya adalah unit simpan pinjam. Namun ada juga jenis koperasi yang bergerak dalam beberapa unit pelayanan jasa.

Salah satu faktor yang penting dalam rangka pengoperasian koperasi yang semakin efisien. Dari latar belakang pemikiran di atas, penulis bermaksud mengadakan penelitian tentang pengaruh koperasi simpan pinjam terhadap kesejahteraan anggota/karyawan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan usaha koperasi simpan pinjam yang berpengaruh terhadap kesejahteraan anggota/karyawan dan menganalisis kinerja koperasi simpan pinjam yang dapat meningkatkan kesejahteraan anggotanya/karyawan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Itulah definisi populasi dalam penelitian, sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh

yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili. Sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 60 dan sampel uji diambil dengan cara pengambilan data dari koperasi simpan pinjam PKPRI kabupaten serang banten. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan oktober – desember 2020 di koperasi simpan pinjam PKPRI kabupaten serang banten. yang berlokasi di jalan KH. sueb belakang pasar rau. nomor 7.

Pengukuran variabel menggunakan skala interval, yaitu alat pengukur yang dapat menghasilkan data yang memiliki rentang nilai yang mempunyai makna dan mampu menghasilkan measurement yang memungkinkan perhitungan rata-rata, deviasi standar, uji statistik parameter, korelasi dan sebagainya (Ferdinand, 2014). Dalam penelitian ini digunakan skala interval dengan menggunakan teknik *Semantic Differential* dimana adanya urutan skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 10 (Sangat Setuju) untuk semua variabel. Hal ini dilakukan mengingat kebiasaan pola pikir masyarakat Indonesia yang terbiasa dengan angka 1 – 10, sehingga akan memudahkan responden dalam memberikan penilaian atas pertanyaan yang akan diajukan (Indriantoro dan Supomo, 2002:105).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM)

dengan software WarpPLS (*Partial Least Square*). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Sholihin dan Ratmono (2013), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. Model evaluasi *Partial Least Square* (PLS) dapat mengidentifikasi hubungan *non linier* antara variabel laten dan mengoreksi nilai koefisien jalur berdasarkan hubungan tersebut (Sholihin dan Ratmono, 2013). *Non parametric* lebih menekankan pada originalitas data yang diolah sehingga tidak memerlukan uji asumsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk mengetahui pengaruh penilaian kerja terhadap kesejahteraan anggota/karyawan. Penulis menyebar Quesioner sebanyak 60, dimana responden merupakan karyawan . PKPRI Kabupaten Serang Banten Profil responden yang ditanyakan pada Quesioner adalah jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, serta masa kerja dari masing-masing responden. Data tentang profil pegawai akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Karyawan	Persentase (%)
Pria	52	86,67
Wanita	8	13,33

Total	60 Orang	100
-------	----------	-----

Sumber : Data diolah peneliti

Dengan melihat tabel 4.1 mengenai jenis kelamin, diketahui bahwa jumlah karyawan Pria sebanyak 52 orang (86,67%), sedangkan Wanita sebanyak 8 orang (13,33%). Dilihat dari karakteristiknya, perbandingan jumlah pria dan wanita cukup signifikan, akan tetapi hal ini bukan berarti perusahaan mempermasalahkan masalah gender.

Tabel 2 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah Karyawan	Persentase (%)
20-30	18	30,00
31-40	30	50,00
41-50	10	16,67
≥ 51	2	3,33
Total	60 Orang	100

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan data di atas pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa sebagian responden berusia antara 20-30 tahun dengan jumlah 18 orang atau sekitar 30,00%, usia tersebut adalah usia yang tergolong masih muda dan berpeluang mengembangkan karir yang lebih baik lagi. (Sardiman, 2009) menyatakan Penduduk usia kerja adalah penduduk yang berusia 20 tahun – 50 tahun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karyawan di Koperasi Simpan Pinjam PKPRI Kabupaten Serang Banten berada pada usia produktif.

Tabel 3 : Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Karyawan	Persentase (%)
SMP	10	16,67
SMA	20	33,33
Diploma	25	41,67
S-1	5	8,33
Total	60 Orang	100

Sumber : Data diolah peneliti

Data responden pada table 4.3 berdasarkan pendidikan dibagi menjadi lima kelompok, pegawai berpendidikan S-1 sangat dominan dengan angka 5 orang (8,33%), pegawai yang telah sarjana tentunya memiliki kesempatan untuk mengembangkan karir yang lebih terbuka. Dalam proses kesejahteraan anggota/karyawan, faktor pendidikan harus menjadi pertimbangan mengingat angka karyawan yang telah sarjana cukup kecil, hal tersebut akan memberikan kesempatan yang rata kepada setiap pegawai dalam proses pengembangan karir.

Tabel 4 : Pengelompokan Responden Berdasarkan Masa Kerja

Masa Kerja (Tahun)	Jumlah Karyawan	Persentase (%)
1– 10	16	26,67
11 – 20	34	56,67
≥ 21	10	16,67
Total	60 Orang	100

Sumber : Data diolah peneliti

Dengan melihat tabel 4.4 mengenai masa kerja, 11-20 tahun sebanyak 34 orang (56,67%), sebuah angka yang sangat dominan. Mempertimbangkan faktor pengalaman dalam

kesejahteraan anggota/karyawan adalah hal yang sangat baik mengingat masa kerja karyawan relatif cukup lama. Dengan mempertimbangkan pengalaman dalam proses kesejahteraan anggota/karyawan maka kesempatan dalam mengembangkan karir dimiliki sebagian besar pegawai.

Analisis persepsi karyawan terhadap penilaian kinerja dilakukan berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan dalam proses penilaian kinerja. Adapun indikator tersebut adalah keterampilan/kemampuan/keahlian, kedisiplinan, keperidadian dan tanggung jawab. Masing-masing komponen terdiri dari beberapa pernyataan yang menggambarkan kinerja. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokan berdasarkan jawaban setiap pernyataan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya. Persepsi penilaian kinerja terdiri dari 10 pernyataan. persepsi penilaian kinerja karyawan tentang kesejahteraan anggota/karyawan. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk menilai tentang kesejahteraan anggota/karyawan adalah tingkat pendidikan, pengalaman dan inisiatif/kreatif.

Pengaruh penilaian kinerja karyawan terhadap kesejahteraan anggota/karyawan. Sebelum

menganalisa data dengan metode analisis yang telah ditentukan, sebelumnya dilakukan pengujian Validitas dan Reliabilitas. Pengujian Validitas digunakan untuk mengukur pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner valid atau tidak. Suatu pernyataan dikatakan valid jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa saja yang hendak diukurnya, sedangkan Pengujian Reliability digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan. Dalam penelitian ini besarnya pengaruh penilaian kinerja karyawan terhadap kesejahteraan anggota/karyawan dapat diketahui dengan menggunakan analisis regresi sederhana, koefisien determinasi dan uji F. Jawaban ini dihitung berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan dimana terdiri dari 10 pernyataan yang berhubungan penilaian prestasi dan 5 pernyataan yang berhubungan dengan promosi jabatan pegawai.

PENUTUP

Simpulan

Koperasi simpan pinjam adalah koperasi yang merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang bertugas memberikan pelayanan masyarakat, berupa pinjaman dan tempat penyimpanan uang bagi masyarakat. Sumber dana koperasi simpan pinjam, diperoleh dari simpanan sukarela anggotanya dan berbagai lembaga

pemerintah, maupun lembaga swasta yang mengalami kelebihan dana secara umum sumber dana koperasi berasal dari anggota sendiri berupa simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan sukarela.

Berdasarkan nilai koefisien kolerasi maka diperoleh nilai 0,524, sedangkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian kerja memiliki pengaruh sebesar 50,3% terdapat variable dependen (variabel Y kesejahteraan anggota/karyawan) yang artinya 50,3% nilai terkait dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam model, sedangkan sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi atau dijelaskan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, sedangkan berdasarkan nilai koefisien regresi maka dapat diperoleh 1,672 sedangkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penilaian kerja memperoleh nilai t hitung 7,666 karena $t_{hitung} 7,666 > 1,672$ dengan signifikan 0,05 Maka dapat disimpulkan bahwa signifikan $7,666 > 1,672$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara penilaian kerja terhadap kesejahteraan anggota/karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta PF Fajar .
- Baswir, R. (2010). *Koperasi Indonesia*. Yogyakarta BPFE Yogyakarta.
- Dajan, A. (2000). *Pengantar Metode Statistik* . Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.

- Hendrojogi, M. (2002). *Koperasi Azas-Azas Teori dan Praktik*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Hasibuan, H. M. (2007). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imam Gunawan, S. M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Maulis, A. P. (2007). *Hukum Koperasi Indonesia*. Rawamangun Jakarta Kencana Prenada Media group.
- Ninik Widiyanti dan Y.W. Sunidhia, S. (2003). *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Jakarta .
- R.T. Sutantya Rahardja H, S. M. (2005). *Hukum Koperasi Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sondang P. Siagian, M. (2014). *Manajemen Sumber daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tiktik Sartika Partomo, M. (2009). *Ekonomi Koperasi*. Ciawi Bogor Ghalia Indonesia.
- Sudaryono. (2011). *Metode penelitian pendidikan*. Dinas Pendidikan Provinsi Banten .
- Soeharno, TS.,SU. (2007). *Ekonomi manajerial* C.V Andi Offest. Yogyakarta.
- W, A. P. (2007). *Hukum Koperasi Indonesia*. Jakarta: Kerja sama Fakultas Hukum UI.

STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA KATIRA MAKE UP ARTIST & HAIRDO DI SERANG

Sucihati¹

hatisuci804@gmail.com

Dwi Fitrianiingsih²

dwifitrianiingsih00110@gmail.com

Saeful Fachri³

fachri@stiebanten.ac.id

Katarina Tia Susilowati⁴

katrin.tia@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Banten¹⁻²

ABSTRACT

This research was conducted to determine the type of promotion strategy through Instagram social media on the decisions of KATIRA MAKEUP & HAIRDO service users in Serang. This type of research is explanatory, with data collection techniques through questionnaires. The sampling technique used was simple random sampling technique. The sample is 30 people who are followers on Instagram and consumers of each make-up artist (MUA). The analytical method used in this study is Quantitative Analysis. The results of the study can be seen that the t value of the promotional strategy variable is 10.301 and the t table is 1.984. Because the value of t count $10.301 > t$ table 1,984, it can be concluded that H_1 is accepted. This means that the promotion strategy variable has a significant positive effect on the Purchase Decision variable.

Keywords: Social Media, Promotion, Services

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tipe Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pengguna Jasa KATIRA MAKEUP & HAIRDO Di Serang. Tipe penelitian ini *explanatory*, dengan teknik pengumpulan data melalui kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Sampelnya berjumlah 30 orang yang merupakan followers di *Instagram* dan konsumen dari masing – masing *make – up artist (MUA)*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Kuantitatif. Hasil penelitian dapat diketahui nilai t hitung variabel strategi promosi sebesar 10,301 dan t tabel sebesar 1,984. Karena nilai t hitung $10,301 > t$ tabel 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima. Artinya variabel strategi promosi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Media Sosial, Promosi, Jasa

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman yang pesat membuat orang-orang berlomba untuk menciptakan teknologi yang canggih sebagai bagian dari modernitas serta telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan (Ariyani dan Nurcahyo, 2018). Kemudahan mengakses internet menjadi semakin mudahnya orang-orang untuk mengetahui perkembangan dunia (Wahyudi dan Sukmasari, 2018). Dunia digital bukan hanya menyajikan perkembangan terkait kecanggihan teknologi saja melainkan juga banyaknya aspek maupun nilai kehidupan yang ikut berubah. Dewasa ini masyarakat mulai berlomba-lomba mencari serta menyajikan informasi secara cepat dan terus - menerus. Perkembangan teknologi juga mendasari mulai berkembangnya cara sebuah perusahaan dalam membangun sebuah citra maupun memperkenalkan produknya pada khalayak. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media online salah satunya dengan media social *Instagram*. Bukan rahasia umum lagi bahwa saat ini media online memiliki efek yang sangat besar bagi banyak aspek kehidupan. Mulai dari aspek ekonomi, sosial bahkan budaya. Hal inilah yang menjadikan banyak perusahaan yang mulai konsen untuk

menjadikan media online sebagai sarana promosi produknya.

Pesatnya teknologi informasi mempengaruhi proses pemasaran suatu bisnis yang awalnya *face to face* menjadi *screen to face* yang dinamakan dengan internet marketing (*e-marketing*). *Instagram* memberikan peluang bisnis untuk terkoneksi dengan jaringan internet global dalam rangka memasarkan produk atau jasa yang mereka miliki dengan lebih cepat dan konsumen pun dapat melihat produk dan jasanya secara langsung tanpa harus menunggu lama. Pengguna *Instagram* di Indonesia terus meroket. Menurut data yang dirilis *Napoleon Cat*, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Pencapaian itu merupakan peningkatan dari bulan ke bulan atas penggunaan platform berbagi foto ini.

Katira MUA & Hairdo adalah salah satu *make up artist* di Serang. Katira MUA & Hairdo merupakan sebuah bisnis di bidang merias wajah dan rambut. Katira MUA & Hairdo sudah ada sejak tahun 2016. Melihat dari besarnya peluang bisnis yang di dapat oleh pemilik Katira MUA & Hairdo memberanikan diri untuk menjadikannya pekerjaan tetap, bermula dari hobi kini menjadi pekerjaan yang tetap. Katira MUA & Hairdo bisnis kecantikan yang berbasis online melalui media social *instagram*. Beberapa pelayanan yang disediakan oleh Katira MUA & Hairdo adalah *pre-wedding makeup*, *lamaran makeup*, *ulang tahun makeup*, *pesta makeup*, *photoshoot makeup*, *komersial makeup*, dan *makeup untuk sehari-hari*. Tapi seiring berjalannya

waktu semakin banyak MUA di Serang dan Katira MUA & Hairdo tidak konsisten dalam mempromosikan dan mengupdate hasil make up nya di instagram sehingga kalah bersaing dengan MUA lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A. Bryne mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Promosi

Promosi berasal dari kata promote yang dalam Bahasa Inggris diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Promosi merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran (marketing mix). Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Simamora 2018, promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan

(*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga.

Menurut Boyd, dkk (2011:150), strategi promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang.

Pengertian Media Sosial

Pengertian Media Sosial Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life).

Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen diawali oleh keinginan membeli yang timbul karena terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi seperti keluarga, harga yang

dinginkan, informasi yang diberikan dan keuntungan atau manfaat yang bisa diperoleh dari produk atau jasa.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah tata cara, langkah, atau prosedur yang ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2018, hlm. 2) yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yakni rasional, empiris, dan sistematis seperti yang telah ditelusuri dalam filsafat ilmu. Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*)”. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui pengaruh yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen lah dengan proses penganalisaan data yang berupa data.

Definisi Operasional Variabel
Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan

hasil perumusan masalah. Fungsi / manfaat operasional variabel ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab. Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) yaitu Promosi (X) dan variabel terikat (dependen) yaitu Keputusan Pembelian.

Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2018, hlm. 117) adalah wilayah generalisasi (suatu kelompok) yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pengertian populasi menurut para ahli lainnya masih dalam kesimpulan yang senada, meliputi Arikunto (2019, hlm. 109) yang menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek / subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa pengguna *make – up artist* di Serang dengan jumlah 30 orang. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 30 orang, maka penelitian ini menggunakan teknik populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik nonprobability sampling, yaitu sampling kebetulan (*insidental/accidental sampling*). Menurut Sugiyono (2017:67), *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Maka penulis menggunakan purposive sampling dengan pertimbangan tertentu dimana tidak semua anggota populasi dijadikan responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen dari masing – masing *make - up artist*. Maka hasil dari pengolahan data populasi diatas dapat disimpulkan bahwa untuk jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang.

Menurut Sugiyono (2017, hlm 333) “Teknik analisis data yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian.” Variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Benar tidaknya data menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedangkan baik atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen yang digunakan. Instrumen yang baik harus memiliki dua persyaratan yang penting, yaitu valid dan reliabel (Arikunto, 1998:155).

Uji Hipotesis

Riduwan (2015:228) mengatakan bahwa : “Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variable bebas atau independen atau independen terhadap variable terikat dan dependen”. Hipotesis alternatif (H1) adalah Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antara dua

variabel yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang perlu diuji kebenarannya dalam suatu penelitian. Sugiyono (2014:93), menyatakan bahwa: “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.” Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari variabel yang dalam hal ini adalah strategi promosi terhadap keputusan pembelian. Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis ini dimulai dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan tes statistik dan perhitungan nilai statistik, penetapan tingkat signifikan dan penetapan kriteria pengujian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa

Pengelolaan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25 dan Microsoft Office Excel 2010, untuk dapat mengolah data dan memperoleh hasil dari variabel-variabel yang diteliti, yaitu terdiri dari variabel independen dan dependen. Berikut ini adalah data hasil perhitungan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pengunjung yang telah melakukan pembelian dan bersedia mengisi kuesioner. Variabel yang digunakan yaitu Strategi Promosi dan Keputusan Pembelian. Katira MUA & Hairdo merupakan usaha jasa rias yang dimulai pada

tahun 2016 di Serang, dijalankan secara paruh waktu diantara kesibukan bekerja kantor. Berawal dari kecintaan akan seni, dan dukungan dari teman – teman untuk menjalankan hobi merias sebagai pekerjaan, maka dimulai dengan memperdalam skill rias bermodalkan tutorial dari internet serta kemudian memberikan free trial rias serta kelas make - up sebagai bagian dari promosi. Responden yang berhasil dikumpulkan oleh penulis dari penelitian ini adalah sebanyak 100 orang (responden). Sesuai dengan ukuran sampel yang ditentukan.

PENUTUP

Dari hasil penelitian dapat ditemukan strategi promosi untuk meningkatkan performa MUA yaitu *upgrade skill Make - up*, *upgrade produk make - up*, ciptakan *engagement* dengan *audience*, kualitas foto yang bagus, video sebagai pembuktian kekuatan makeup dan waktu yang konsistensi *posting*. Katira MUA & Hairdo belum melakukan promosi secara konsisten dan maksimal, jadi konsumen kurang tertarik untuk menggunakan jasa Katira MUA & Hairdo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna jasa Katira MUA & Hairdo sebagian besar menggunakan jasa make – up Katira MUA & Hairdo karena melihat foto temannya di feed Instagram Katira MUA & Hairdo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin intens strategi promosi di lakukan akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Hasil penelitian dapat diketahui nilai t hitung variabel strategi promosi sebesar 10,301 dan t tabel sebesar 1,984. Karena nilai t hitung $10,301 > t$ tabel 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima. Artinya variabel strategi promosi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Strategi Promosi melalui Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin intens strategi promosi di lakukan akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Dan hasil analisis deskriptif dan interpretasi data penelitian terhadap variabel strategi promosi melalui media sosial *Instagram* menunjukkan bahwa komunikasi foto yang dikemas secara kreatif menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam menarik perhatian konsumen akan tempat tujuan hiburan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, K. A. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral marketing Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Konsumen Sfa Steak & Resto Karanganyar. *Insitut Agama Islam Negeri Surakarta*. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/id/eprint/890>.
- Alma, B. (1992). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa: jilid 4. *Bandung: Alfabeta*.
- Aveshina, N., & Basuki, R. S. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SISYU MUA (Make Up Artist) KOTA BATU. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 229-232.
- Damayanti, D., Ali, S., & Destaia, M.

- (2018). Analisis Strategi E-promotion Jasa Make-up Artist melalui Instagram (Studi pada Chels Makeup Artist di Bandar Lampung). *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 267-277. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i2.933>
- Dewi, A. M. (2018). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadika*, 3(1)
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32
- Irsad, M. (2017). ANALISIS TINGKAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE-ANDROID. *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*.
- Kasmari, Moehammad Irsyad. 2017. Analisis Tingkat Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Smartphone – Android. *Dinamika Teknik*. Vol. X, No.1, 50-66
- Kotler, P., & Lane, K. K. (2010). *Manajemen Pemasaran*, penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kusumamurti, M. D. L. (2019). *Perancangan Publikasi Jasa Make up Artist Dan Hair Do" Di Livia"* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Latief, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada DP Store Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Manova (Jurnal Manajemen dan Inovasi)*, 2(2).
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: antecedents dan consequences social media marketing: antecedents and consequenc-es. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suryaningtyas, Y. (2015). ANALISA PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI YANNA ANMARIS MAKE UP ARTIST SURABAYA. *E-jurnal Manajemen Kinerja*, 1(2)

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AMDK MEREK AQUA (STUDI KASUS DI KOTA SERANG)

Indar Riyanto

indaropay@gmail.com

Lorherson Debataraaja

helmutbunu@yahoo.co.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Banten

ABSTRAK

This research was conducted to determine the effect of price and product quality simultaneously on consumer buying interest in Aqua brand bottled water. This type of research is descriptive analytic, with data collection techniques through questionnaires. The sampling technique uses non-probability, the sample is

100 people who are consumers who are buying Aqua Brand AMDK products at the Alfamart or Indomart minimarkets, Cipocok District. The analytical method used in this research is quantitative data analysis.

The results of the descriptive analysis of respondents revealed that the majority of respondents were 21-30 years old (51%), female (63%), and the last education was PT (72%). From the results of hypothesis testing, it shows that the price variable ($p=0.004$) and product quality ($p=0.000$) have a positive and significant effect on consumer buying interest. And together the variables of product quality and price have a positive and significant effect ($p = 0.000$) on consumer buying interest. Then the contribution of product quality and price variables to consumer buying interest is 62.2%. The remaining 37.8% is influenced by other factors that are not in this study. The conclusion of this study is the price and product quality have a positive and significant effect on consumer buying interest in Aqua brand bottled water either partially or simultaneously.

Keywords: *price, product quality and consumer buying interest.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap minat beli konsumen air minum dalam kemasan merek Aqua. Jenis penelitian ini adalah deskriptif analitik, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probabilitas, sampelnya adalah

100 orang yang merupakan konsumen yang membeli produk AMDK Merek Aqua di minimarket Alfamart atau Indomart, Kecamatan Cipocok. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif.

Hasil analisis deskriptif responden mengungkapkan bahwa mayoritas responden berusia 21-30 tahun (51%), perempuan (63%), dan pendidikan terakhir PT (72%). Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga ($p=0,004$) dan kualitas produk ($p=0,000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Dan secara bersama-sama variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan ($p = 0,000$) terhadap

minat beli konsumen. Kemudian kontribusi variabel kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen sebesar 62,2%. Sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: *Kata kunci: harga, kualitas produk dan minat beli konsumen.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan manusia yang paling penting adalah kebutuhan untuk makan dan minum. Air merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena bila dilihat dari struktur tubuh manusia 70% merupakan air, sehingga kebutuhan untuk meminum air sangatlah tinggi. Di era globalisasi sekarang ini yang semua serba praktis, air minum yang digunakan masyarakat tidak hanya menggunakan air yang dimasak sendiri. Tetapi ada Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK), sehingga Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) ini menjadi barang konsumsi yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Karena kebutuhan air minum ini sifatnya kontinuitas atau berulang. Sehingga kebutuhan yang berulang ini dapat dilihat menjadi peluang bisnis. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi kualitas pelayanan dan harga yang baik, dimana dalam penerapan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menetapkan kualitas produk yang baik dan menentukan harga yang tepat agar mampu memenuhi sasaran yang efektif sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain. Bagi pelanggan harga merupakan hal yang penting. Harga merupakan salah satu faktor

penentu yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen. Kualitas produk memiliki pemahaman yaitu produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaingnya. Oleh karena itu suatu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh merek pesaingnya. Bisnis dibidang produsen air kemasan di Indonesia sekarang ini semakin berkembang pesat. Perusahaan air kemasan tersebut saling bersaing untuk menarik konsumen untuk membeli produknya dengan menyediakan fasilitas-fasilitas pelayanan yang memudahkan serta menguasai pasar serta memenangkan persaingan Aqua adalah suatu merek Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang diproduksi oleh PT. Aqua Golden Mississippi di Indonesia sejak tahun 1973. Selain di Indonesia, Aqua juga dijual di Singapura. Aqua adalah merek AMDK yang paling terkenal di Indonesia, sejak tahun 1998, Aqua sudah dimiliki oleh perusahaan multinasional dari Perancis yaitu Danone, hasil dari penggabungan Aqua Golden Mississippi dengan Danone. Aqua mempunyai 6 macam kemasan produk mulai dari gelas 240 ml, botol plastic 330 ml, 600 ml dan 1500 ml, botol kaca 380 ml dan gallon 19 liter (Amalia, 2018: 2). Produk aqua telah memberikan kualitas produk dan harga yang baik agar tercipta minat beli yang

baik dibenak konsumen Namun dengan kualitas produk yang baik dan harga yang tepat seringkali tidak dibarengi dengan pencapaian yang diinginkan oleh suatu bisnis Karena pada saat sekarang ini sudah banyak bermunculan produk air minum dengan berbagai merk dan kualitas yang baik pula.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran / *marketing mix* (4P = *product, price, place, promotion* / produk, harga, distribusi, promosi). Harga merupakan suatu ukuran nilai besar kecilnya suatu kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya (Gitosudarmo, 2014:272). Melalui tawar-menawar, mereka akhirnya akan sampai pada harga yang dapat diterima (Philip Kotler dan A.B Susanto, 2016:634). Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut: (Kasmir, 2019:191).

- a) Untuk bertahan hidup.
- b) Untuk memaksimalkan laba
- c) Untuk memperbesar *market share*
- d) Mutu produk.
- e) Karena pesaing

Kualitas Produk

Kotler, Armstrong, (2016:70) mendefinisikan bahwa produk adalah suatu sifat yang kompleks dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestasi perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan

keinginan. Kotler, Armstrong (2016:70), dalam hal ini memberikan batasan produk adalah suatu yang dianggap memuaskan kebutuhan dan keinginan. produk dapat berupa suatu benda (*object*), rasa (*service*), kegiatan (*acting*), orang (*person*), tempat (*place*), organisasi dan gagasan dimana suatu produk akan mempunyai nilai lebih dimata konsumen, jika memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain yang sejenis. Dari definisi tentang produk diatas pada dasarnya semua pendapat memberi suatu makna yaitu produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, baik yang dapat diraba atau nyata maupun tidak dapat diraba atau jasa atau layanan.

Minat Beli Konsumen

Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Pramono, 2012:136).

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan tentang sesuatu untuk sementara waktu dianggap benar. Hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan yang akan diteliti sebagai jawaban sementara dari suatu masalah. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap minat beli konsumen AMDK Merek Aqua.

H2: Terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen AMDK Merek Aqua.

H3: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen AMDK Merek Aqua.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif analitik. Penelitian deskriptif analitik yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan tujuan utama untuk membuat gambaran tentang suatu keadaan secara objektif. Metode penelitian deskriptif analitik digunakan untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi sekarang. Penelitian ini dilakukan dengan menempuh langkah-langkah pengumpulan data, klasifikasi, pengolahan/analisis data, membuat kesimpulan, dan laporan. Dengan pendekatan *Cross Sectional* (Notoatmodjo, 2017).

Operasional Variabel

Operasional variabel pada penelitian ini yaitu harga dan kualitas produk merupakan variabel independen dan minat beli konsumen merupakan variabel dependen.

1. Variabel Independen (X)

X1 : Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.

X2 : Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya

2. Variabel Dependen (Y)

Y : Minat Beli Konsumen merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Teknik Analisis Data

Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menjawab rumusan masalah. Priyatno (2017) mengemukakan bahwa analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antar dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Regresi linear berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas.

Uji Model dengan Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-

Harga	Jumlah	%
Tidak sesuai	33	33,0
Sesuai	67	67,0
Total	100	100

sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%), 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), dengan kriteria :

a) Jika nilai probabilitas < 0,05, maka

dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

- b) Namun, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil Penelitian

Kualitas Produk	Jumlah	%
Tidak baik	35	35,0
Baik	65	65,0
Total	100	100

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk AMDK Merek Aqua di minimarket Alfamart atau Indomart Kecamatan Cipocok sebanyak 100 orang responden. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa pengumpulan data penelitian dilakukan dengan memakai kuesioner. Dimana pilihan jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan tersebut menggunakan skala likert. Dalam penelitian ini disebarkan sebanyak 100 kuesioner dan seluruhnya dapat dikembalikan sehingga total data yang

Minat Beli	Jumlah	%
Tidak	25	25,0
Ya	75	75,0
Total	100	100

diolah sebanyak 100 subjek.

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga

Tanggapan responden disini untuk mengukur tiap variabel penelitian berdasarkan jawaban kuesioner. Berikut adalah jawaban responden terkait variabel penelitian

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Harga

Berdasarkan tabel 4.4 diatas diketahui bahwa mengenai harga yang telah ditetapkan oleh pihak AMDK merek Aqua sudah sesuai, dimana 67 konsumen atau sebesar 67% menyatakan harga sudah sesuai tetapi ada 33 konsumen atau sebesar 33% menyatakan tidak sesuai.

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk

Tanggapan responden disini untuk mengukur tiap variabel penelitian berdasarkan jawaban kuesioner. Berikut adalah jawaban responden terkait variabel penelitian.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Konsumen

Tanggapan responden disini untuk mengukur tiap variabel penelitian berdasarkan jawaban kuesioner. Berikut adalah jawaban responden terkait variabel penelitian.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli

Berdasarkan tabel 4.6 diatas diketahui bahwa konsumen memiliki minat beli terhadap AMDK merek Aqua sebanyak 75 konsumen atau sebesar 75% dan ada sebanyak 25 konsumen atau sebesar 25% menyatakan tidak memiliki minat beli terhadap AMDK merek Aqua.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap minat beli konsumen AMDK Merek Aqua

Hasil uji terhadap variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua, menunjukkan bahwa ada pengaruh antara harga dan kualitas produk secara simultan terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua. Sehingga hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini diterima.

Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Gitosudarmo (2014) bahwa harga merupakan suatu ukuran nilai besar kecilnya suatu kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya (Kotler dan Keller, 2018:299). Dan minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Pramono, 2012:136).

Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen AMDK Merek Aqua

Hasil uji terhadap variabel harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua, menunjukkan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua. Sehingga hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini diterima.

Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2018) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Durianto dan Liana (2010:44), menjelaskan bahwa minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen AMDK Merek Aqua

Hasil uji terhadap variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua, menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua. Sehingga hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini diterima.

Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller, (2018:299) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Pengertian minat beli menurut Kotler dan Keller (2018:15), yaitu perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Simpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada produk AMDK merek Aqua mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen, selanjutnya dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua dengan nilai (0,231) . Hal ini berarti, semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi minat beli konsumen AMDK merek Aqua.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua dengan nilai (0,198) . Hal ini berarti, semakin baik kualitas produk yang disediakan, maka semakin tinggi minat beli konsumen AMDK merek Aqua
3. Harga dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen AMDK merek Aqua dengan nilai (0,626) . Hal ini berarti, semakin sesuai harga dan semakin baik kualitas produk, maka minat beli konsumen AMDK merek Aqua akan semakin tinggi.

Saran

Untuk meningkatkan minat beli konsumen AMDK merek Aqua, maka dapat disarankan beberapa hal ini, yaitu :

1. Sebaiknya perusahaan AMDK merek Aqua bila ingin meningkatkan minat beli ulang maka hal-hal yang dibutuhkan yaitu dengan menyesuaikan harga AMDK merek Aqua dengan mutu atau kualitas produk yang ditawarkan, dan memperhatikan kemampuan daya beli masyarakat bahwa peningkatan harga yang ditetapkan jangan sampai melebihi harga yang ditetapkan oleh produk pesaing lainnya.
2. Sebaiknya masyarakat, agar dapat lebih cermat lagi dalam memilih suatu produk AMDK karna produk ini untuk dikonsumsi oleh tubuh kita, mengingat saat ini banyaknya produk pesaing dipasaran.
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat

dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, dengan menambahkan variabel yang tidak ada dalam penelitian ini sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Arfandi. 2018. Studi Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Indomaret Lajoa Kabupaten Soppeng. *Journal Of Industrial Engineering Management* Vol. 3 No.2 Oktober 2018.
- Augusty Ferdinand. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: BP UNDIP
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta
- Assauri, Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2014. Penelitian Kualitatif. Jakarta : Kencana
- Prenada Media Duriyanto, D., dan Liana, C. 2010 Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 11, No. 1.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: IKAPI.
- Kasmir. 2019. Kewirausahaan. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, Philip & A.B Susanto. 2016. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- & Gary Armstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- & Keller, K. L. 2018. Marketing Manajemen. New Jersey: Prentice Hall.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PD BANK PERKREDITAN RAKYAT KANTOR KAS
RAU KOTA SERANG**

Raga Aquino¹

ragasetya77@gmail.com

Amalia Tussoliha²

Amalia.tussoliha@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Banten¹⁻²

Abstrak

This research was conducted to determine the effect of service quality and product quality partially or simultaneously on customer satisfaction of PD Bank Perkreditan Rakyat, Rau Cash Office, Serang City. This type of research is a quantitative survey, with data collection techniques through primary data in the form of observations and questionnaires.

The results of the analysis show that service quality has a positive effect on customer satisfaction by 0.398 and the results of the partial t test are obtained with a tcount greater than ttable ($4779 > 1.984$) with sig. $0.00 < 0.05$ so that H_0 is rejected and H_a is accepted. The results of the analysis show that product quality has a positive effect on customer satisfaction of 0.697 and the results of the partial t test are obtained with a tcount greater than ttable ($8.190 > 1.984$) with sig. $0.00 < 0.05$ so that H_0 is rejected and H_a is accepted. The results of the analysis show that the value of $F_{count} > F_{table}$ ($132.279 > 3.19$) and the value of sig $F < (0.00 < 0.05)$. So it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, so that there is an effect of service quality and product quality together on customer satisfaction of PD Bank Perkreditan Rakyat, Rau Cash Office, Serang City. As much as 75.2% that customer satisfaction is explained by the variables of service quality and product quality.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customers

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang. Jenis penelitian ini adalah survei kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui data primer berupa observasi dan angket.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,398 dan dari hasil uji t secara parsial diperoleh thitung lebih besar dari ttabel ($4779 > 1,984$) dengan sig. $0,00 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,697 dan dari hasil uji t parsial diperoleh thitung lebih besar dari ttabel ($8,190 > 1,984$) dengan sig. $0,00 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,279 > 3,19$) dan nilai sig $F < (0,00 < 0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang. Sebanyak 75,2% kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi saat ini, membuat persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di pasar domestik maupun pasar global. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kondisi ini adalah perusahaan yang mampu menciptakan produk baik barang atau jasa yang berkualitas sehingga mampu menciptakan kepuasan terhadap nasabahnya. Kepuasan nasabah akan berdampak terhadap peningkatan jumlah nasabah dari waktu ke waktu, peningkatan jumlah nasabah adalah sesuatu yang mutlak harus diupayakan oleh perusahaan karena pelanggan adalah sumber penghasilan bagi perusahaan. Semakin banyak nasabah perusahaan, maka akan semakin besar pemasukan yang di dapatkan. Keinginan dari kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat tidak hanya pada produk, tetapi juga kebutuhan akan pelayanan yang berkualitas (mokoagauw, dkk, 2018). saham saja (Pratomo dan Nugraha, 2015).

Tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan jasa produk perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perusahaan yang beroperasi dalam sektor jasa terutama perusahaan perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah (Adam dan Sumartana, 2018). Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting

dalam rangka memperoleh kepercayaan, komitmen dan loyalitas dari para nasabah. Nasabah yang keluhan atau tuntutannya telah terpenuhi seringkali memiliki harapan baru sehingga sering dikatakan bahwa nasabah tidak akan dapat terpuaskan sepenuhnya (Andriyani dan Andriyanto, 2020). Nasabah menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas dan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang harus diperhatikan perusahaan pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta pelanggan baru (Engkur, 2018). Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sebagai bank, BPR tetap memiliki fungsi utama untuk menjalankan fungsi intermediasi atau perantara keuangan. Yaitu mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat. Baik dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dengan tujuan mendorong kegiatan usaha masyarakat. Terutama untuk disalurkan pada usaha retail dan kredit kecil

Kegiatan BPR memang tak seluas kegiatan bank umum. Karena pada dasarnya, bpr itu memang ditujukan sebagai institusi keuangan mikro. Oleh karena itu, bpr juga identik sebagai bank yang melayani pengusaha mikro, kecil, dan menengah yang lokasinya tak jauh dari jangkauan BPR. BPR memang hadir untuk melayani kebutuhan modal untuk

masyarakat dengan prosedur kredit yang sederhana. Dari sisi produk, yang ditawarkan BPR memang lebih terbatas dari pada bank umum. Keterbatasan produk yang dirilis oleh BPR ini memang sudah mengikuti amanat undang-undang perbankan. Adapun layanan produk yang diberikan oleh BPR kepada nasabahnya yaitu berupa tabungan, deposito, kredit, sertifikat bank indonesia (sbi). Berdasarkan fenomena pada latar belakang masalah, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang tertuang dalam judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2018:156).

Prinsip-Prinsip Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Prinsip-prinsip kualitas pelayanan dimaksudkan agar perusahaan mampu menciptakan, meningkatkan, dan mempertahankan kualitas pelayanannya. Prinsip-prinsip yang terdapat dalam kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2016:75) adalah sebagai berikut :

1. Kepemimpinan
2. Perencanaan
3. Review

4. Komunikasi
5. Penghargaan dan Pengukuran
6. Pendidikan

Manfaat Kualitas Pelayanan

Blison dalam Sujana (2020:191) menyatakan bahwa salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis adalah pelayanan yang berkualitas baik yang mampu untuk memberikan beberapa manfaat.

Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa (Tjiptono, 2016:284), kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu :

1. Berwujud (*Tangible*)
2. Empati (*Empathy*)
3. Cepat tanggap (*Responsiveness*)
4. Keandalan (*Reliability*)
5. Kepastian (*Assurance*)

Kualitas Produk

Kualitas Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Nasabah akan menggunakan produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan nasabah. Kualitas produk adalah, karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2017:230).

Tingkatan Produk

Perusahaan harus mengetahui beberapa tingkatan produk ketika akan mengembangkan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:250) bahwa ada tiga tingkatan di dalamnya:

1. Tingkat Dasar/Inti Produk (*Core Customer Value*)
2. Aktual Produk (*Actual Product*)
3. Aktual Produk (*Actual Product*)
4. Tambahan Produk (*Augmented Product*)

Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dalam Zulkarnain, Taufik dan Ramdansyah (2020:5) terdapat beberapa indikator kualitas produk meliputi:

1. Kinerja (*performance*): melibatkan berbagai karakteristik operasional utama.
2. Pelayanan (*serviceability*): mencerminkan kemampuan memberikan pelayanan pada produk tersebut.
3. Ketahanan (*durability*): mencerminkan umur ekonomis dari produk tersebut.
4. Keandalan (*reliability*): konsistensi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu tabungan ke tabungan berikutnya.
5. Karakteristik produk (*features*): bagian bagian tambahan dari produk (*features*).
6. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance with specifications*): merupakan pandangan mengenai kualitas proses sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan

tersebut. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:292), bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami nasabah pada waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas, yang ditujukan bagi aspek penting dalam perolehan dan atau konsumsi produk.

Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2018:54), terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran.
2. Survei kepuasan pelanggan.
3. *Ghost shopping*.
4. Analisa pelanggan yang hilang.

Manfaat Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:202), kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan dan bagi nasabah itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan nasabah antara lain :

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang lebih baik untuk pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas nasabah
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan
5. Reputasi perusahaan menjadi baik
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Elemen Kepuasan Nasabah

Menurut donni juni priansa (2017:210), terdapat lima elemen yangmenyangkut kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

1. Harapan (*expectations*)
2. Kinerja (*performance*)
3. Perbandingan (*camparison*)
4. Pengalaman (*experience*)

Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dalam Zulkarnain, Taufik dan Ramdansyah (2020:5) terdapat beberapa indikator kualitas produk meliputi:

1. Kinerja (*performance*): melibatkan berbagai karakteristik operasional utama.
2. Pelayanan (*serviceability*): mencerminkan kemampuan memberikan pelayanan pada produk tersebut.
3. Ketahanan (*durability*): mencerminkan umur ekonomis dari produk tersebut.
4. Keandalan (*reliability*): konsistensi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu tabungan ke tabungan berikutnya.
5. Karakteristik produk (*features*): bagian bagian tambahan dari produk (*features*).
6. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance with specifications*): merupakan pandangan mengenai kualitas proses sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.
7. Hasil (*fit and finish*) mengarah kepada kualitas yang dirasakan yang melibatkan enam dimensi sebelumnya. Jika perusahaan tidak dapat

menghasilkan ”hasil akhir” produk yang baik maka kemungkinan produk tersebut tidak akan mempunyai atribut kualitas lain yang penting.

Indikator kualitas produk, menurut David Garvin djurnal Sulaiman (2017), teridir dari lima indikator, yaitu :

1. *Performance*, hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
2. *Features*, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. *Reliability*, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
4. *Conformance To Specifications*, berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
5. *Aesthetics*, merupakan karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai- nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.

Indikator Kepuasan Nasabah

Didalam lingkungan yang kompetitif,

indikator yang dapat menunjukkan kepuasan konsumen adalah apakah konsumen tersebut akan membeli kembali dan menggunakan produk tersebut di waktu yang akan datang. Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan (2015:37), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
2. Selalu menggunakan produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Indikator kepuasan nasabah yang dipilih dan dipandang tepat dengan objek yang diteliti menurut jurnal Hayati (2020:30) adalah :

1. Rasa senang,
2. Kesesuaian harapan,
3. Tidak komplain,
4. Rekomendasi kepada keluarga

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Gejala tersebut harus diuraikan berdasarkan teori maupun jurnal relevan yang berhubungan antar variabel bebas terhadap variabel tetap.

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian yang dilakukan Sujana (2018), Zulkarnaen, Taufik dan Ramdanyah (2020) dan Khalik (2019) diketahui bahwa kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hal ini menandakan bahwa kepuasan nasabah terhadap suatu bank sangat tergantung pada tingkat kualitas pelayanan diperoleh nasabah. Apabila penyedia jasa dalam hal ini perbankan memberikan kualitas pelayanan yang melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah/konsumen,

maka nasabah sebagai penerima jasa akan memiliki persepsi positif.

Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian Afrina dan Hastuti (2018), Nugroho, dkk (2020) dan Hayati dan Sekartaji (2015) menunjukkan bahwa terdapat sifat keeratan hubungan yang cukup kuat dan bernilai positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Selain itu, juga diperoleh bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian yang dilakukan Sulaiman (2017), Hartadi dan Husda (2020) dan Dewi dan Sudiarta (2018) didapatkan bahwa secara simultan diketahui bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat penting, karena kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy (strategi laba) untuk mengikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada serta menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus.

Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

H2 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau

Kota Serang.

H3 : Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:35) metode penelitian survey adalah Penelitian dengan menggunakan angket sebagai salah satu alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Menurut Sugiyono (2017:15) bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, serta digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data tersebut menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) yaitu Kualitas pelayanan (X_1) dan Kualitas produk (X_2) dan variabel terikat (dependen) yaitu Kepuasan nasabah pada PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

Kualitas pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan

pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah (Sangadji dan Sopiah, 2017:100).

Kualitas produk (X_2)

Kualitas produk adalah, karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2017:230).

Kepuasan nasabah (Y)

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:292), bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami nasabah pada waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas, yang ditujukan bagi aspek penting dalam perolehan dan atau konsumsi produk.

Informasi Umum PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau KotaSerang

Pada awalnya, dalam upaya pengembangan kesempatan berusaha dan kesempatan kerja yang mengarah kepada peningkatan pendapatan masyarakat pedesaan, Kecamatan - Kecamatan dan telah mendapat izin usaha dari Menteri Keuangan sebagai Bank. Namun demikian, pendirian BANK KARYA PRODUKSI DESA (BKPD) ini tidak seluruh didirikan di setiap Kecamatan, di Wilayah Banten justru tidak pernah berdiri BANK KARYA PRODUKSI DESA (BKPD). Sehubungan dengan adanya Surat Edaran Menteri Keuangan yang melarang Lembaga Keuangan Pedesaan dengan memakai nama

Bank, maka sejak tahun 1972 untuk Kabupaten yang belum memiliki BKPD dibentuk Lembaga Keuangan Pedesaan dengan menggunakan nama LEMBAGA PERKREDITAN KECAMATAN (LPK) yang terdiri dari :

- a) Lembaga Perkreditan Kecamatan Serang
- b) Lembaga Perkreditan Kecamatan Kasemen.
- c) Lembaga Perkreditan Kecamatan Pontang
- d) Lembaga Perkreditan Kecamatan Kragilan
- e) Lembaga Perkreditan Kecamatan Carenang
- f) Lembaga Perkreditan Kecamatan Anyar
- g) Lembaga Perkreditan Kecamatan Cinangka
- h) Lembaga Perkreditan Kecamatan Ciomas
- i) Lembaga Perkreditan Kecamatan Padarincang
- j) Lembaga Perkreditan Kecamatan Bojonegara

Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK) ini, semula seluruhnya milik Pemerintah Kabupaten Serang, namun perkembangan permodalannya relative lemah, sehingga fungsi LPK sebagai penyalur kredit untuk memenuhi kebutuhan permodalan masyarakat pedesaan relative tidak tercapai, maka kepemilikan LPK menjadi milik bersama antara Pemerintah Kabupaten Serang dengan Pemerintah Propinsi Jawa Barat, kebijaksanaan ini ditetapkan dengan peraturan Daerah Propinsi Jawa Barat. Nomor 3 Tahun 1987 dengan modal dasar Rp. 25.000.000,- (Dua puluh lima juta rupiah).

Data Kualitatif

Data Kualitatif disini yaitu data yang bukan dalam bentuk angka-angka atau tidak dapat dihitung atau dalam bentuk informasi baik secara lisan maupun lisan, dan diperoleh dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan konsumen PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang serta informasi-informasi yang diperoleh dari pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti

Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Sumber Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan tujuan spesifik penelitian. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data tentang karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel variabel penelitian meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah.

Sumber Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,79653429
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,063
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

sumber yang telah ada. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data profil perusahaan PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas

Rau Kota Serang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan cara mendatangi perusahaan yang bersangkutan untuk melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan perusahaan serta memperoleh data dan informasi mengenai masalah yang diteliti. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan cara sebagai berikut:

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda Dalam mengolah data yang diperoleh dari hasil penelitian, penulis menggunakan bantuan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 26.0.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Deskriptif data penelitian disini menjelaskan mengenai responden yang diteliti yaitu Nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau sebanyak 100 Nasabah. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas disini menggunakan uji kolmogorov smirnov.

Tabel 4.14

Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov-

Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

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

sumber: Data Hasil Olah SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 5 hasil uji Kolmogorov-Smirnov *Unstandardized Residual* didapatkan nilai Asymp. Sig. Sebesar (2-tailed) $0,200 > 0,05$. sehingga data berdistribusi normal.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal variabel bebas dengan variabel tak bebas. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel tak bebas dan juga untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan tak bebas apakah variabel bebas berhubungan positif atau negatif, apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Manfaat dari hasil analisis regresi linear adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan turunnya variabel tak bebas dapat dilakukan melalui peningkatan variabel tak bebas atau tidak.

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi Linear

Model		Unstan dardize d Coeffici ents Std. Error	Standa rdized Coeffic ients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3,940	1,100	-3,581	,001
	Kualitas pelayanan	,396	,083	,342	,000
	Kualitas produk	,697	,085	,586	,000

- Berdasarkan persamaan regresi di atas adalah nilai konstanta variabel kepuasan nasabah adalah sebesar -3,940, hal ini berarti jika Kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 0, maka kepuasan nasabah akan tetap sebesar -3,940 satuan.
- Berdasarkan persamaan regresi di atas, nilai koefisien gradien (b_1) sebesar 0,396 berarti Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan apabila variabel Kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan kualitas produk dianggap 0, maka akan berpengaruh meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,396 satuan.
- Berdasarkan persamaan regresi di atas, nilai koefisien gradien (b_2) sebesar 0,697 berarti kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan apabila variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan Kualitas

Pengujian Hipotesis

Uji -t

Uji-t adalah uji yang dipakai untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial. Berikut adalah hasil output SPSS mengenai untuk uji secara parsial :

- Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat**

Kantor Kas Rau.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
- $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

Dari tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,779 dengan df (*degree of freedom*) = $n-2 = 100-2 = 98$ didapat nilai t_{tabel} sebesar 1.984. Daerah keputusan untuk menolak H_0 atau menerima H_a dengan derajat bebas 98 taraf nyata 5% untuk uji dua arah menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,779 > 1.984$) dengan sig. $0.00 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh signifikan dan positif antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

1. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
- $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh kualitas produk

terhadap kepuasan nasabah PD
Bank Perkreditan Rakyat Kantor
Kas Rau Kota Serang.

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 8,190 dengan df (*degree of freedom*) = $n-2 = 100-2 = 98$ didapat nilai t_{tabel} sebesar 1.984. Daerah keputusan untuk menolak H_0 atau menerima H_a dengan derajat bebas 98 taraf nyata 5% untuk uji dua arah menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8,190 > 1.984$) dengan $sig.$ $0.00 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

UJI F

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Jika Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig F < 0,05$ maka menerima H_a dan menolak H_0 artinya.

Adapun Hipotesis dalam uji-F ini adalah sebagai berikut :

- $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
- $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor

Kas Rau Kota Serang.

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 132,279$ dengan taraf nyata sebesar 5%, nilai derajat bebas untuk pembilang df_1 ($k-1$) $3-1=2$ dan df_2 ($n-k$) adalah $100-3 = 97$, Maka nilai $F_{tabel} = 3,09$

Berdasarkan penjelasan diatas, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,279 > 3,19$) dan nilai $sig F < \alpha$ ($0,00 < 0,05$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Rata-rata tanggapan responden atas variabel Kualitas pelayanan dalam keadaan cukup baik, dimana nilai rata-rata skor jawaban responden sebesar 314 berada pada skala 260-339.
2. Rata-rata tanggapan responden atas variabel kualitas produk dalam keadaan cukup baik, dimana nilai rata-rata skor jawaban responden sebesar 328 beradapada skala 260-339.
3. Rata-rata tanggapan responden atas variabel kepuasan nasabah dalam keadaan cukup baik, dimana nilai rata-rata skor jawaban

- responden sebesar 294 berada pada skala 260-339.
4. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
 5. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
 6. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
1. ini pihak BPR Kantor Kas Rau untuk dapat mempertahankan dan apabila memungkinkan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga akan berdampak pada kepuasan nasabah.
 2. Pengaruh yang dihasilkan produk terhadap kepuasan nasabah, maka dari itu pihak Bank BPR Kantor Kas Rau lebih berinovatif dalam menciptakan produk tabungan yang dapat menarik minat nasabah sehingga menjadikan nasabah puas atas produk yang ada di BPR Kantor Kas Rau.
 3. Untuk penelitian selanjutnya,

disarankan untuk menambah variabel lain selain kualitas pelayanan dan kualitas produk, hal ini dikarenakan masih dimungkinkan faktor variabel bebas lain yang mungkin mempunyai hubungan terhadap kepuasan nasabah.

Saran

Disarankan agar investor dapat memilih produk reksadana dari manajer investasi yang memiliki kemampuan *stock selection* paling tinggi karena lebih memberikan kemungkinan terjadinya kenaikan *return* dana yang di investasikan. Selain itu juga disarankan agar investor dapat memilih produk reksadana saham dengan manajer investasi yang memiliki kemampuan *market timing* yang tepat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang dihasilkan.

Penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan periode pengamatan yang berbeda, dan memungkinkan menggunakan pengukuran pada jenis reksadana yang berbeda juga baik itu dari sisi bentuk seperti obligasi ataupun campuran, maupun dari sisi sumbernya yaitu syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina dan Yulia Hastuti. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. (Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, Vol 9, NO 1)
- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB))Vol. 51 No. 2)

- Alma, Buchari. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung : CV Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Caniago, Chandra, et.al. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderating Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. (Jurnal Manajemen dan Keuangan, Volume: 7 No: 2)
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2017. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Handoko, Bagus. 2016. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat Jne Medan. (Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 17, No. 01)
- Haryoko, Ugeng Budi., Veta Lidya Delimah Pasaribu dan Ardiyansyah. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (WO). (Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 2, No. 1)
- Hermi, Tinneke dan Iyan Pauzi. 2017. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung. (Jurnal Wacana Ekonomi, Vol. 16; No. 02)
- Hartadi, Nikie dan Nur Elfi Husda. 2020. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam. (Jurnal EMBA, Vol.8 No.3)
- Hayati, Yetty Husnul dan Gracia Sekartaji. 2015. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi, Volume 1 No. 1)

**PENGARUH IKLIM ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJATERHADAP
KINERJA PEGAWAI KANTOR KECAMATAN GUNUNG KENCANA
KABUPATEN LEBAK**

Didi Wandī¹

didi.wandi81@gmail.com

Fidziah²

fidziah213@gmail.com

Bagas Wahyu Ramadhan³

bagasramadhan108@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Banten¹⁻²

ABSTRACT

The results of the descriptive analysis show that the organizational climate, job satisfaction and employee performance are classified as good, which of the three variables are in the range of a rating scale of 3.40 - 4.19. The results of multiple linear regression obtained the regression coefficient value of the organizational climate variable of 0.212 and the value of the regression coefficient of the job satisfaction variable of 0.197, each of which is positive. While the value of multiple correlation analysis (R) is 0.508 which means that the magnitude of the correlation between organizational climate variables and job satisfaction on the performance of Gunungkencana District Office employees is quite strong and for the coefficient of determination (R^2) of 0.218 it can be concluded that the magnitude of the influence of organizational climate and satisfaction on the performance of Gunungkencana District Office employees by 21.8%.

As well as hypothesis testing based on the results of the t-test for the organizational climate variable, the value of t count > t table (2,714 > 2,024), for the job satisfaction variable, the value of t count > t table (2.101 > 2,024). And based on the results of the F test, the value of F count > F table (6,445 > 3,25). The conclusion of this study shows that the organizational climate and job satisfaction either partially or simultaneously have a positive and significant effect on the performance of the employees of the Gunungkencana District Office.

Keywords: *Organizational Climate, Job Satisfaction, Employee Performance.*

ABSTRAK

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa iklim organisasi, kepuasan kerja dan kinerja karyawan tergolong baik, dimana dari ketiga variabel tersebut berada pada rentang skala penilaian 3,40 – 4,19. Hasil regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi variabel iklim organisasi sebesar 0,212 dan nilai koefisien regresi variabel kepuasan kerja sebesar 0,197 yang masing-masing bernilai positif. Sedangkan nilai analisis korelasi berganda (R) sebesar 0,508 yang artinya besarnya hubungan antara variabel iklim organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana cukup kuat dan untuk koefisien determinasi (R²) sebesar 0,218 dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh iklim organisasi dan kepuasan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana sebesar 21,8%.

Serta pengujian hipotesis berdasarkan hasil uji t untuk variabel iklim organisasi nilai t hitung > t tabel (2,714 > 2,024), untuk variabel kepuasan kerja nilai t hitung > t tabel (2,101 > 2,024). Dan berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung > F tabel (6,445 > 3,25). Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa iklim organisasi dan kepuasan kerja baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.

Kata Kunci : Iklim Organisasi, Kepuasan Kerja, Kinerja Karyawan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam sebuah organisasi, sumber daya manusia merupakan sumber daya yang paling penting dan sekaligus yang paling mahal. Sumber daya manusia memiliki peran penting baik secara individu maupun secara kelompok. Sumber daya manusia merupakan salah satu penggerak utama atas jalannya organisasi, bahkan maju mundurnya sebuah organisasi ditentukan oleh keberadaan sumber daya manusianya. Aparatur negara merupakan unsur utama dari sumber daya manusia yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan. Aparatur negara yang dapat menentukan keberhasilan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan adalah pegawai yang memiliki kualitas kerja yang baik dimana dihasilkan dari sikap dan perilakunya yang penuh dengan kesetiaan dan ketaatan kepada negara, bermoral dan bermental baik, profesional, sadar akan tanggung jawabnya sebagai pelayanan publik, serta mampu menjadi perekat persatuan dan kesatuan bangsa dan siap menghadapi tantangan masa depan (Wahyuni dan Gorda, 2019). Untuk menghadapi tantangan tersebut maka salah satu upaya organisasi guna membangun pegawai yang berkualitas adalah menciptakan iklim organisasi yang kondusif. Iklim organisasi akan sangat membantu dalam upaya peningkatan kualitas pegawai, sehingga akan menciptakan suatu tingkat kinerja yang sangat tinggi bagi pegawai dalam memberikan kemampuan yang ada didalam diri setiap pegawai dan memanfaatkan kesempatan yang diberikan organisasi. Iklim organisasi yang positif akan menghasilkan suasana kerja yang nyaman, aman

dan kondusif serta meningkatkan kualitas yang dihasilkan dari hasil kerja setiap pegawai (Agustin, 2020). Disamping menciptakan iklim organisasi yang kondusif, adanya kepuasan kerja yang dirasakan pegawai merupakan bentuk upaya lainnya yang dilakukan organisasi dalam membangun pegawai yang berkualitas. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya dan segala sesuatu yang dihadapi dilingkungan kerjanya. Pegawai yang mendapatkan kepuasan kerja akan melaksanakan pekerjaan dengan lebih baik sehingga dapat dikatakan kualitas kerjanya akan membaik pula. Tingkat kepuasan pekerja yang rendah berakibat terganggunya aktivitas seorang individu dalam mencapai tujuannya karena kepuasan kerja merupakan keefektifan kinerja seseorang (Romauli, 2020). Kinerja menjadi gambaran yang menunjukkan sejauh mana usaha yang dilakukan dalam pelaksanaan program dan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi. Kinerja pegawai sangat penting untuk diperhatikan, terutama bagi organisasi yang berorientasi pada pelayanan publik karena kinerja pegawai yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan masyarakat. Kinerja pegawai yang tinggi diperlukan dalam setiap usaha untuk mencapai tujuan organisasi, karena pencapaian tujuan organisasi merupakan harapan setiap organisasi. Sebaliknya, kinerja pegawai yang rendah merupakan hambatan dalam pencapaian tujuan organisasi (Hasyim dan Pasaribu, 2021). Pada organisasi pemerintahan, jika kinerja sumber daya aparatur baik, maka kinerja institusi pemerintahan akan baik juga. Kinerja seorang pegawai didalam organisasi sangatlah penting

peranannya bagi kelangsungan organisasi itu sendiri, dengan memiliki kinerja yang tinggi diharapkan akan menciptakan hasil kerja yang secara kualitas dan kuantitas dicapai oleh seorang

pegawai sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya demi kepentingan organisasi dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi (Rindam dkk., 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

Iklim Organisasi

Menurut **Darodjat (2015:85)** iklim organisasi merupakan sebagai suatu yang dapat diukur pada lingkungan kerja baik secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh pada pegawai dan pekerjaannya dimana tempat mereka bekerja. Selain itu, menurut **Ramli**

(2015:101) iklim organisasi adalah sifat lingkungan kerja atau lingkungan psikologis dalam organisasi yang dirasakan oleh para pekerja atau anggota organisasi dan dianggap dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pekerja terhadap pekerjaannya.

Faktor yang Mempengaruhi Iklim Organisasi

Menurut **Hasibuan (2017:295)** terdapat empat faktor yang mempengaruhi iklim organisasi yaitu sebagai berikut:

1. Manajer/pimpinan.
2. Tingkah laku karyawan atau pegawai.
3. Tingkah laku kelompok kerja.
4. Faktor eksternal organisasi.
5. Tingkah laku kelompok kerja.
6. Faktor eksternal organisasi

Manfaat Iklim Organisasi

Menurut **Swasto (2015:154-155)** menyatakan bahwa terdapat beberapa keuntungan atau manfaat dari iklim organisasi yang kondusif dan nyaman yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan moral kerja,
2. Meningkatkan motivasi.
3. Meningkatkan kebanggaan

kerja.

4. Meningkatkan kompetensi.
5. Meningkatkan kepuasan.
6. Meningkatkan komitmen.
7. Meningkatkan produktivitas.

Sedangkan menurut **Wibowo (2017:113)** manfaat adanya iklim organisasi yang baik dan menunjang kelancaran pegawai atau karyawan dalam bekerja adalah terciptanya gairah kerja atau motivasi sehingga produktivitas dan prestasi kerja meningkat. Sementara itu, manfaat yang diperoleh karena bekerja dengan orang-orang yang termotivasi adalah pekerjaan dapat terselesaikan dengan tepat, yang artinya pekerjaan diselesaikan sesuai standar yang benar dan dalam skala waktu yang ditentukan.

Indikator Iklim Organisasi

Menurut **Sedarmayanti (2017:76)** terdapat beberapa indikator dari iklim organisasi yaitu sebagai berikut:

1. Struktur. Perasaan mengenai hambatan dan kebebasan untuk bertindak dan tingkat formalitas atau informalitas dalam suasana kerja.
2. Tanggung jawab. Perasaan dipercaya untuk melaksanakan tugas yang penting.
3. Resiko. Perasaan akan keadaan berisiko dan tantangan dalam pekerjaan dandalam organisasi.
4. Kehangatan. Adanya kelompok sosial yang bersahabat dan informal.
5. Dukungan. Sifat suka membantu manajer dan rekan kerja yang dirasakan penekanannya (atau ketiadaan penekanan) pada dukungan bersama.
6. Standar. Kegunaan yang dirasakan dari tujuan implisit dan eksplisit serta standar kerja.
7. Konflik. Perasaan bahwa manajer dan pekerja lain ingin mendengar opiniyang berbeda.
8. Identitas. Perasaan bahwa milik perusahaan, bahwa pegawai adalah anggota yang bernilai untuk suatu tim kerja.

Kepuasan Kerja

Menurut **Hasibuan (2017:147)** kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Kepuasan kerja dalam pekerjaan adalah kepuasan kerja yang dinikmati dalam pekerjaan dengan memperoleh hasil kerja, penempatan, perlakuan, peralatan dan suasana lingkungan kerja yang baik. Sedangkan menurut **Robbins dan Judge (2015:207)** kepuasan kerja (*job satisfaction*) adalah suatu perasaan positif tentang pekerjaan, yang dihasilkan dari suatu evaluasi dari karakteristik-karakteristiknya.

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja

Menurut **Kreitner dan Kinicki (2016:225)** menyatakan bahwa terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja yaitu sebagai berikut:

1. Pemenuhan kebutuhan (*need fulfillment*).
2. Perbedaan (*discrepancies*).
3. Pencapaian nilai (*value attainment*).
4. Keadilan (*equity*).
5. Komponen genetik (*genetic components*).

Sedangkan **As'ad (2015:301)** menyatakan bahwa terdapat faktor penentu yang mempengaruhi kepuasan kerja yaitu sebagai

berikut:

1. Faktor Psikologi. Merupakan faktor yang berhubungan dengan kejiwaan pegawai, yang meliputi: minat, ketentraman dalam bekerja, sikap terhadap kerja, bakat, dan keterampilan.
2. Faktor Sosial. Merupakan faktor yang berhubungan dengan interaksi sosial, baik antara sesama pegawai, dengan atasannya maupun pegawai yang berbeda jenis pekerjaannya.
3. Faktor Fisik. Merupakan faktor yang berhubungan dengan kondisi fisik lingkungan kerja dan kondisi fisik pegawai, meliputi jenis pekerjaan, pengaturan waktu kerja dan istirahat, perlengkapan kerja, keadaan ruangan, suhu udara, penerangan, pertukaran udara, kondisi kesehatan pegawai, umur dan sebagainya.
4. Faktor Finansial. Merupakan faktor yang berhubungan dengan jaminan serta kesejahteraan pegawai, yang meliputi sistem dan besarnya gaji atau upah, jaminan sosial, macam-macam tunjangan, fasilitas yang diberikan, promosi dan sebagainya.

Pengukuran Kepuasan Kerja

Menurut **Sopiah (2015:57)** menyatakan bahwa kepuasan kerja seorang karyawan dapat diukur

dengan beberapa hal berikut ini, yaitu:

1. Isi pekerjaan, menampilkan pekerjaan yang aktual sehingga dapat dikontrol dengan baik.
2. Organisasi dan manajemen.
3. Supervisi.
4. Kesempatan untuk maju.
5. Kondisi pekerjaan.
6. Gaji dan keuntungan dalam bidang finansial lainnya seperti mendapatkan bonus/insentif.

Sedangkan menurut **Sudarmanto (2017:29)**

menyatakan bahwa kepuasan kerja seorang karyawan dapat diukur dengan beberapa hal diantaranya:

1. Balas jasa yang adil dan layak
2. Berat ringannya pekerjaan
3. Suasana dan lingkungan pekerjaan
4. Penempatan yang tepat sesuai dengan keahlian
5. Sikap pimpinan dalam kepemimpinannya
6. Sikap pekerjaan monoton atau tidak
7. Peralatan yang menunjang pelaksanaan pekerjaan

Indikator Kepuasan Kerja

Menurut **Siagian (2016:183)** menyatakan bahwa terdapat indikator dari kepuasan kerja yaitu sebagai berikut:

1. Pekerjaan itu sendiri (*work it self*).
2. Hubungan dengan atasan (*supervision*).

3. Teman sekerja (*workers*).
4. Promosi (*promotion*)
5. Gaji atau upah (*pay*)

Kinerja Pegawai

Menurut **Mangkunegara (2015:52)** pengertian kinerja pegawai adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Selain itu menurut **Widodo (2015:131)** kinerja pegawai adalah hasil dari suatu pekerjaan yang telah dilakukan, baik berupa fisik atau material maupun non fisik atau non material.

Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai

Menurut **Silalahi (2015:29)** menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pekerjaan (*quality of work*)
2. Kuantitas pekerjaan (*quantity of work*),
3. Pengetahuan pekerjaan (*job knowledge*),
4. Kerjasama tim (*teamwork*),
5. Kreativitas (*creativity*),
6. Inovasi (*inovation*),
7. Inisiatif (*initiative*)

Tujuan Kinerja Pegawai

Menurut **Rivai (2016:311)** menyatakan bahwa terdapat

beberapa tujuan kinerja pegawai yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat prestasi pegawai.
2. Pemberian imbalan yang serasi, misalnya untuk pemberian kenaikan gaji pokok dan intensif uang.
3. Mendorong pertanggung jawaban dari karyawan.
4. Meningkatkan motivasi kerja.
5. Meningkatkan etos kerja.
6. Sebagai pembeda antara karyawan yang satu dengan yang lainnya.
7. Memperkuat hubungan karyawan melalui diskusi tentang kemajuan kerja mereka.
8. Sebagai salah satu sumber informasi untuk perencanaan sumber daya manusia dan karir.
9. Membantu menempatkan karyawan sesuai dengan pencapaian hasil kerjanya.
10. Sebagai alat untuk tingkatan kinerja

Indikator Kinerja Pegawai

Menurut **Mangkunegara (2016:67)** terdapat beberapa indikator dari kinerja pegawai yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas kerja,
2. Kuantitas kerja,
3. Tangung jawab,
4. Inisiatif,
5. Kerjasama,
6. Ketaatan

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai

Menurut **Nuraini (2017:283)** iklim organisasi yang kondusif akan memberikan rasa aman dan memungkinkan pegawai untuk dapat bekerja optimal. Jika pegawai menyenangi iklim organisasi dimana dia bekerja, maka pegawai tersebut akan betah ditempatkan kerjanya, melakukan aktivitasnya sehingga waktu kerja dipergunakan secara efektif. Sebaliknya iklim organisasi yang tidak kondusif dan nyaman maka pegawai tidak betah berada ditempat kerja karena merasa kurang puas dengan kondisi yang demikian sehingga dapat menurunkan kinerja pegawai.

Hubungan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai

Menurut **Kreitner dan Kinicki (2016:271)** kepuasan kerja merupakan keadaan emosional yang menyenangkan dan tidak menyenangkan atas suatu pekerjaan. Setiap karyawan akan merasa puas apabila tidak terdapat perbedaan antara harapan dengan kenyataan. Semakin banyak aspek pekerjaan yang sesuai dengan harapan dan kepentingan masing-masing karyawan maka semakin tinggi tingkat kepuasannya. Dengan demikian dapat diprediksi jika kepuasan karyawan tinggi maka kinerjanya juga akan tinggi.

Kepuasan merupakan seperangkat perasaan karyawan tentang menyenangkan atau tidaknya pekerjaan mereka. Karyawan yang memiliki kepuasan dalam bekerja maka akan bekerja lebih baik dan bersemangat dalam bekerja untuk menghasilkan kinerja yang maksimal.

Hubungan Iklim Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai

Menurut **Manullang (2015:349-350)** pada umumnya peningkatan kinerja pegawai dapat dihubungkan pada iklim organisasi dan kepuasan kerja. Tercapai tidaknya tujuan organisasi sangat dipengaruhi oleh iklim organisasi yang kondusif akan mengelola kebutuhan-kebutuhan organisasi secara optimal sehingga dapat menciptakan suasana lingkungan yang menunjang tercapainya tujuan organisasi melalui peningkatan kinerja pegawai. Perasaan puas terhadap tugas atau pekerjaan, puas terhadap atasan dan puas terhadap rekan kerja dan kepuasan terhadap aturan yang jelas akan mempengaruhi perasaan pegawai dan selanjutnya berdampak pada pelaksanaan aktivitas yang sesuai harapan organisasi sehingga target kinerja dapat tercapai.

Kerangka Pemikiran

Kinerja pegawai pemerintah sebagai aparatur negara dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya merupakan salah satu elemen penting yang turut menentukan terwujudnya suatu tata pemerintahan yang baik. Peningkatan pelayanan publik sangat terkait dengan budaya internal organisasi pemerintah daerah, serta etos kerja di birokrasi pemerintahan masih harus ditingkatkan sehingga mewujudkan kinerja yang optimal. Instansi pemerintahan perlu menciptakan kinerja pegawai yang tinggi sebab dengan tingginya kinerja pegawai diharapkan menjadi cerminan bagi instansi setempat dalam mengelola sumber daya manusia agar mendapatkan pegawai yang berkualitas.

Upaya yang dilakukan instansi dalam meningkatkan kinerja pegawainya yaitu dengan menciptakan iklim organisasi yang kondusif. Iklim organisasi akan sangat membantu dalam upaya peningkatan kualitas pegawai, sehingga akan menciptakan suatu tingkat kinerja yang sangat tinggi bagi pegawai dalam memberikan kemampuan yang ada didalam diri setiap pegawai dan memanfaatkan kesempatan yang diberikan organisasi. Iklim organisasi yang positif akan menghasilkan suasana kerja yang nyaman, aman dan kondusif serta meningkatkan kualitas yang

dihasilkan dari hasil kerja setiap pegawai.

Disamping menciptakan iklim organisasi yang kondusif, adanya kepuasan kerja yang dirasakan pegawai merupakan bentuk upaya lainnya yang dilakukan organisasi dalam membangun pegawai yang berkualitas.

Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya dan segala sesuatu yang dihadapi dilingkungan kerjanya.

Pegawai yang mendapatkan kepuasan kerja akan melaksanakan pekerjaan dengan lebih baik sehingga dapat dikatakan kualitas kerjanya akan membaik pula. Tingkat kepuasan pekerja yang rendah berakibat terganggunya aktivitas seorang individu dalam mencapai tujuannya karena kepuasan kerja merupakan keefektifan kinerja pegawai.

Hipotesis Penelitian

Menurut **Sugiyono (2016:57)** hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu dibuktikan kenyataannya. Berdasarkan dari perumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1 : Iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.
2. H2 : Kepuasan kerja

- berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.
3. H3 : Iklim organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode kausal. Metode deskriptif ditujukan untuk menyelidiki secara terperinci peranan dan pekerjaan manusia dan hasil penelitian tersebut dapat memberikan rekomendasi-rekomendasi untuk keperluan masa yang akan datang (**Arikunto, 2016:7**). Adapun penerapan metode deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian deskriptif menggunakan kuesioner dalam menyelidiki permasalahan yang terjadi di subjek penelitian.
2. Adanya permasalahan yang diidentifikasi, adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah iklim organisasi dan kepuasan kerja yang kurang sesuai harapan pegawai menyebabkan kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana belum

optimal.

3. Adanya saran dari akhir penelitian yang dapat digunakan sebagai bahan bagi peneliti selanjutnya dan instansi yang terkait yang menjadi subjek penelitian tentang masalah iklim organisasi, kepuasan kerja dan kinerja pegawai.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian dengan menggunakan teknik analisis data yang menggunakan angka-angka agar pemecahan masalah dapat dihitung secara pasti dengan perhitungan matematik (**Sudjana, 2016:23**). Sedangkan menurut **Orniati (2016:146)** menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mendeskripsikan keadaan yang menjadi fokus dalam penelitian berdasarkan data berupa angka yang telah dikumpulkan.

Adapun penerapan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya variabel yang menjadi objek penelitian yaitu variabel X1 (iklim organisasi), variabel X2 (kepuasan kerja) dan variabel Y (kinerja pegawai). Semua variabel tersebut didefinisikan dalam

- bentuk operasionalisasi variabel masing-masing.
2. Adanya data-data atau angka-angka statistik dalam penelitian ini yaitu skala likert dan kriteria penilaian.
 3. Teknik pengumpulan data-data atau angka-angka statistik dalam penelitian ini menggunakan bentuk pengamatan langsung (survei) dan kuesioner.
 4. Adanya analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda, uji korelasi berganda, analisis determinasi, dan uji hipotesis

Operasional Variabel Penelitian

Menurut **Sunyoto (2015:75)** menyatakan bahwa operasional variabel adalah suatu cara untuk mengukur konsep dan bagaimana caranya sebuah konsep harus diukur sehingga terdapat variabel-variabel yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi, yaitu variabel yang dapat menyebabkan masalah dan variabel yang situasi dan kondisinya tergantung oleh variabel lain. Sesuai dengan judul penelitian yang diteliti yaitu apakah iklim organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana, maka permasalahan yang akan diteliti ada dua variabel yaitu:

1. Variabel bebas atau variabel

X adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah iklim organisasi (X1) dan kepuasan kerja (X2).

2. Variabel terikat atau variabel Y adalah dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja pegawai.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi Penelitian

Menurut **Algifari (2016:59)** menyatakan bahwa populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. Berikut ini merupakan data jumlah pegawai yang berada di lingkungan Kantor Kecamatan

Gunungkencana.

Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan pegawai yang berada di lingkungan Kantor Kecamatan Gunungkencana pada tahun 2021 sebanyak 40 orang.

Sampel Penelitian

Menurut **Algifari (2016:60)** menyatakan bahwa pengertian sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh.

Menurut **Sugiyono (2016:85)** sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 100 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampling jenuh adalah sensus dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Dapat disimpulkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh populasi yaitu sebanyak 40 responden (pegawai).

Metode Pengumpulan Data

Menurut **Sugiyono (2016:7)** menyatakan bahwa data-data

yang diperoleh dari hasil penelitian dan dikumpulkan melalui dua metode pengumpulan datadiantaranya:

1. *Library Research* (studi kepustakaan) yaitu mencari dan mengumpulkan data dari *literature* yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
2. *Field Research* (studi lapangan) yaitu peneliti langsung ke objek penelitian untuk mempelajari masalah yang ada dan mendapatkan data yang dibutuhkan. Adapun studi lapangan yang dilakukan antara lain:
 - a. Observasi, yaitu peneliti melakukan pengamatan objek penelitian secara langsung untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.
 - b. Wawancara, yaitu peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden untuk mendapatkan jawaban sebagai data penunjang bagi penelitian.
 - c. Angket/kuesioner, yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang ditetapkan menjadi sampel dengan angket yang telah disediakan.

Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dijadwalkan selama 6 bulan yang dimulai bulan Februari sampai dengan bulan Juli tahun 2021.

Metode Analisis Data

Uji Validitas Data

Perhitungan validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 22 agar pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat. Adapun hasil nilai korelasi dari variabel iklim organisasi (X1).

Gambaran Iklim Organisasi di Lingkungan Kantor Kecamatan Gunungkencana

Berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan responden mengenai iklim organisasi di lingkungan Kantor Kecamatan Gunungkencana berada pada interval skala penilaian 3,40 – 4,19 dengan nilai sebesar 3,64 yang dapat dikategorikan baik sehingga dapat dikatakan secara umum bahwa iklim organisasi di lingkungan Kantor Kecamatan Gunungkencana sudah baik.

Gambaran Kepuasan Kerja Pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana

Berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan responden

mengenai kepuasan kerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana berada pada interval skala penilaian 3,40 – 4,19 dengan nilai sebesar 3,52 yang dapat dikategorikan puas sehingga dapat dikatakan secara umum bahwa pegawai sudah merasakan kepuasan dalam bekerja di lingkungan Kantor Kecamatan Gunungkencana.

Gambaran Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana

Berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan responden mengenai kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana berada pada interval skala penilaian 3,40 – 4,19 dengan nilai sebesar 3,53 yang dapat dikategorikan baik sehingga dapat dikatakan secara umum bahwa kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana sudah baik.

Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda didapatkan nilai koefisien regresi variabel iklim organisasi sebesar 0,212 dan bertanda positif yang berarti iklim organisasi mempunyai hubungan yang searah dengan kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana. Sedangkan hasil pengujian parsial (uji t) didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,714 > 2,024$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 yang angka ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($0,010 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa iklim organisasi secara parsial

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.

Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda didapatkan nilai koefisien regresi variabel kepuasan kerja sebesar 0,197 dan bertanda positif yang berarti kepuasan kerja mempunyai hubungan yang searah dengan kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana. Sedangkan hasil pengujian parsial (uji t) didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,101 > 2,024$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,043 yang angka ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($0,043 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.

Pengaruh Iklim Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana

Berdasarkan hasil analisis korelasi berganda didapatkan nilai korelasi (R) berganda sebesar 0,508 yang berarti bahwa besarnya korelasi antara variabel iklim organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana adalah cukup kuat. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,218 atau 21,8% dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh iklim organisasi

dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana sebesar 21,8%.

Serta hasil pengujian simultan (uji F) didapatkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,445 > 3,25$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 yang berarti angka ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($0,004 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa iklim organisasi dan kepuasan kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.

Hasil hipotesis dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian Romauli (2020) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa iklim organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai serta penelitian Faisal dan Lestari (2019) dengan hasil penelitian yang sama menunjukkan bahwa iklim organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Penelitian tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Manullang (2015:349-350) tercapai tidaknya tujuan organisasi sangat dipengaruhi oleh iklim organisasi yang kondusif akan mengelola kebutuhan-kebutuhan organisasi secara optimal sehingga dapat menciptakan suasana lingkungan yang menunjang tercapainya tujuan organisasi melalui peningkatan kinerja pegawai. Selain itu, perasaan puas

terhadap tugas atau pekerjaan, puas terhadap atasan dan puas terhadap rekan kerja dan kepuasan terhadap aturan yang jelas akan mempengaruhi perasaan pegawai dan selanjutnya berdampak pada pelaksanaan aktivitas yang sesuai harapan organisasi sehingga target kinerja dapat tercapai.

.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis berkenaan dengan jawaban pertanyaan penelitian dapat menggunakan tabel, grafik atau bagan yang disertai pembahasan secara deskriptif, kausan/komparatif dari temuan-temuan dan interpretasi atas hasil temuan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan responden mengenai iklim organisasi di lingkungan Kantor Kecamatan Gunungkencana berada pada interval skala penilaian 3,40 – 4,19 dengan nilai sebesar 3,64 yang dapat dikategorikan baik

sehingga dapat dikatakan secara umum bahwa iklim organisasi di lingkungan Kantor Kecamatan Gunungkencana sudah baik.

2. Berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan responden mengenai kepuasan kerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana berada pada interval skala penilaian 3,40 – 4,19 dengan nilai sebesar 3,52 yang dapat dikategorikan puas sehingga dapat dikatakan secara umum bahwa pegawai sudah merasakan kepuasan dalam bekerja di lingkungan Kantor Kecamatan Gunungkencana.
3. Berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan responden mengenai kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana berada pada interval skala penilaian 3,40 – 4,19 dengan nilai sebesar 3,53 yang dapat dikategorikan baik sehingga dapat dikatakan secara umum bahwa kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana sudah baik.
4. Berdasarkan hasil uji t terhadap variabel iklim organisasi (X_1) didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,714 > 2,024$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,010

yang angka ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($0,010 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa iklim organisasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.

5. Berdasarkan hasil uji t terhadap variabel kepuasan kerja (X_2) didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,101 > 2,024$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,043 yang angka ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($0,043 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.
6. Berdasarkan hasil uji F terhadap variabel iklim organisasi dan kepuasan kerja didapatkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,445 > 3,25$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 yang berarti angka ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($0,004 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa iklim organisasi dan kepuasan kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh mengenai pengaruh iklim organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Kantor Kecamatan Gunungkencana, maka saran yang dikemukakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Baiknya perangkat kecamatan memperbaiki tanggapan responden dari pernyataan variabel iklim organisasi yang dinilai masih kurang baik dengan upaya seperti memberikan pelatihan kepada pegawai yang memiliki komunikasi yang kurang baik serta mengadakan kegiatan yang dapat mempererat tali solidaritas antara sesama pegawai seperti kegiatan *family gathering*.
2. Baiknya perangkat kecamatan memperbaiki tanggapan responden dari pernyataan variabel kepuasan kerja yang dinilai masih kurang baik dengan upaya seperti pimpinan baiknya memberikan dorongan semangat kerja agar motivasi pegawai dapat ditingkatkan sehingga kemampuan pegawai dapat dioptimalkan sesuai prosedur kerja yang berlaku serta meningkatkan pengawasan terhadap pegawai yang memiliki

sikap kerja yang dapat menghambat kelancaran dalam bertugas agar kerjasama antar rekan kerja dapat dimaksimalkan.

3. Baiknya perangkat kecamatan memperbaiki tanggapan responden dari pernyataan variabel kinerja pegawai yang dinilai masih kurang baik dengan upaya seperti menerapkan hukuman disiplin kepada pegawai yang lalai (kurang bertanggung jawab) dalam bertugas serta meningkatkan komitmen kerja pegawai dengan cara menumbuhkan rasa bangga pegawai terhadap Kecamatan Gunungkencana dan memberikan penghargaan kepada pegawai atas prestasi kerja yang tinggi.
4. Saran bagi peneliti lain dan pihak akademis selanjutnya, adalah sebagai berikut:
 - a. Baiknya peneliti lain diharapkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada kantor kecamatan daerah yang lain dengan menggunakan variabel yang sama pada penelitian ini.
 - b. Untuk menguji kehandalan penelitian ini, peneliti lain baiknya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai untuk

penelitian selanjutnya, seperti: disiplin kerja, kerjasama dan motivasi kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. *Analisis Regresi, Teori, Kasus & Solusi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- As'ad, Mohammad. 2015. *Seri Ilmu Sumber Daya Manusia: Psikologi Industri*. Edisi IV. Yogyakarta: Liberty.
- Bungin, Burhan. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Darodjat, Achmad Tubagus. 2015. *Pentingnya Budaya Kerja Tinggi dan Kuat Absolute*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ekaningsih. 2017. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- , 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- , 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kreitner, Robert dan Kinicki, Angelo. 2016.

- Perilaku Organisasi*. Edisi 9. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2015. *Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Cetakan Kedua Belas. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- , 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Manullang. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Jakarta: GhaliaIndonesia.
- Marwansyah. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT RemajaRosdakarya.
- Muharram. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Penerbit PTERlangga.
- Nuraini, T. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pekanbaru: Yayasan AiniSyam.
- Orniati, Yuli. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia FE-UII.
- Ramli, Soehatman. 2015. *Sistem Manajemen dan Kesehatan Kerja*. Jakarta: DianRakyat.
- Rivai, Veithzal. 2016. *Performance Appraisal*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Robbins, Stephen P dan Judge, T.A. 2015. *Perilaku Organisasi*. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Sanusi, Anwar. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sedarmayanti. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Siagian, S. P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silalahi, Uber. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Simanjuntak, Payaman J. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Keunggulan Bersaing Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- , 2017. *Manajemen Evaluasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Soemartono, Agus. 2015. *Penerapan Aplikasi SPSS*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.
- Sofyandi dan Garniwa. 2016. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sopiah. 2016. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.