



STIE Sakti
Alam
Kerinci KOMINFO



Prosiding *Webinar Nasional*

**Memanfaatkan Peluang Bisnis Kreatif
Di Era Digital**

STIE SAKTI ALAM KERINCI

TAHUN 2021





**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
SAKTI ALAM KERINCI
AKREDITASI-B**

Kantor : Jln. Jend. Sudirman No.89 Sungai Penuh

E-mail : stie_kerinci@yahoo.co.id Website : <http://www.stie-sak.ac.id> Phone/Fax : 0748-324264

WEBINAR NASIONAL

**WEBINAR NASIONAL MEMANFAATKAN PELUANG
BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL**



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI

TAHUN 2021



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
SAKTI ALAM KERINCI
AKREDITASI-B**

Kantor : Jln. Jend. Sudirman No.89 Sungai Penuh
E-mail : stie_kerinci@yahoo.co.id Website : <http://www.stie-sak.ac.id> Phone/Fax : 0748-324284

LEMBAR PENGESAHAN

**WEBINAR NASIONAL MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL
STIE SAKTI ALAM KERINCI
TAHUN 2021**

SENIN, 08 OKTOBER 2021

Mengetahui
Ketua Prodi

H. Ferry Siswadi, SE,M.Si



Ketua Pelaksana

Andre Jaka Putra

Mengesahkan
Ketua STIE Sakti Alam Kerinci



Dr. Alvia Santoni, SE,MM



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI TERAKREDITASI

Kantor : Jln. Jenderal Sudirman No. 89 Sungai Penuh

E-mail : stie_kerinci@yahoo.co.id Website : www.stie-sak.ac.id Phone/Fax : 0748 -324284

BERITA ACARA

WEBINAR NASIONAL MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL STIE SAKTI ALAM KERINCI TAHUN 2021

Nama Kegiatan : Webinar Nasional Memanfaatkan Peluang Bisnis Kreatif
Di Era Digital
Hari/Tanggal : Jum'at, 08 Oktober 2021
Jam : 08.00 WIB s/d 17.00 WIB
Tempat : Kampus I STIE Sakti Alam Kerinci
Pembicara :

- | | |
|----------------------------------|-------------------------|
| 1. Suryono | (CEO ALKO Sumatra Kopi) |
| 2. Gampo Haryono, S.E., M.M | (Ketua STIE SAK) |
| 3. H. Ferry Siswadhi, S.E., M.Si | (Dosen) |
| 4. Melifia Liantifa, S.P., M.Si | (Dosen) |
| 5. Maryanto, S.E., M.Ak | (Dosen) |
| 6. Yulia Astuti | (Mahasiswa) |
| 7. Ayu Safitri | (Mahasiswa) |
| 8. Dedek Sovret | (Mahasiswa) |
| 9. Mira Artika | (Mahasiswa) |
| 10. Rina Utari | (Mahasiswa) |
| 11. Pehta Mupia | (Mahasiswa) |
| 12. Karmila Evita Sari | (Mahasiswa) |
| 13. Anilva Mirta Gandhi | (Mahasiswa) |
| 14. Deno Fanny | (Mahasiswa) |
| 15. Redol Agustian | (Mahasiswa) |
| 16. Lilis Febriawati | (Mahasiswa) |
| 17. Thasya Enda Putri | (Mahasiswa) |
| 18. Wiwin Guspika Dewi | (Mahasiswa) |

Peserta : Dosen, Mahasiswa, dan Umum
Penyelenggara : STIE Sakti Alam Kerinci
Catatan/Hasil Kegiatan :

Sungai Penuh, 08 Oktober 2021

Ketua Panitia

Andre Jaka Putra



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) SAKTI ALAM KERINCI AKREDITASI-B

Kantor : Jln. Jend. Sudirman No.89 Sungai Penuh
E-mail : stie_kerinci@yahoo.co.id Website : <http://www.stie-sak.ac.id> Phone/Fax : 0748-324284

LAPORAN WEBINAR NASIONAL MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL

I. Judul Kegiatan

Webinar Nasional Memanfaatkan Peluang Bisnis Kreatif di Era Digital

II. Tanggal Pelaksanaan

08 Oktober 2021

III. Tempat Pelaksanaan

Kampus I STIE Sakti Alam Kerinci

IV. Latar Belakang Kegiatan

Era digital telah memberikan dampak bagi perkembangan kehidupan, diantaranya adalah kehidupan dunia usaha (bisnis). Tanpa modal besar dan tempatpun orang bisa menjalankan usaha dengan memanfaatkan teknologi melalui media sosial. Market place akan terbentuk dengan mudah melalui pemanfaatan teknologi tersebut. Fenomena ini disikapi dengan maraknya orang berbisnis online, tidak terkecuali di kalangan generasi muda. Jika di rumah saja dengan berbisnis online mereka dapat menghasilkan income, maka ini akan menjadikan mereka tidak akan berpikir untuk berburu menjadi PNS maupun urban ke kota atau ke luar negeri untuk mengais rejeki. Tentu saja ini berdampak pada terangkatnya perekonomian.

V. Tujuan Kegiatan

- Memberikan informasi Peluang Bisnis
- Memberikan motivasi bahwa di Era Digital mempunyai peluang yang besar.
- Menumbuhkan kesadaran dan motivasi peserta untuk melakukan bisnis.

VI. Manfaat Kegiatan

- Peserta (mahasiswa) mendapatkan informasi tentang hard skill dan soft skill yang dibutuhkan dalam dunia kerja.
- Memberikan refreshment bagi mahasiswa tingkat akhir.



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) SAKTI ALAM KERINCI AKREDITASI-B

Kantor : Jln. Jend. Sudirman No.89 Sungai Peruh

E-mail : stie_kerinci@yahoo.co.id Website : <http://www.stie-sak.ac.id> Phone/Fax : 0748-324284

3. Memberikan motivasi untuk mengembangkan Bisnis.

VII. Pemateri Kegiatan

1. Suryono (CEO ALKO Sumatra Kopi)
2. Gampo Haryono, SE, MM (Ketua STIE Sakti Alam Kerinci)
3. Dosen STIE Sakti Alam Kerinci
4. Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci

VIII. Hasil Kegiatan

1. Kegiatan ini di ikuti oleh Dosen, mahasiswa, Karyawan STIE Sakti Alam Kerinci, Mahasiswa Kampus Lainnya.
2. Kegiatan ini berlangsung pada 10 Agustus 2020 Jam 08.00 – 17.00 yang terbagi menjadi 2 sesi, sesi seminar dan sesi penyajian makalah.
3. Peserta sangat antusias dengan materi dan makalah yang disajikan.

IX. Biaya Kegiatan

Mandiri





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) SAKTI ALAM KERINCI AKREDITASI-B

Kantor : Jln. Jend. Sudirman No.89 Sungai Penuh
E-mail : stie_kerinci@yahoo.co.id Website : <http://www.stie-sak.ac.id> Phone/Fax : 0748-324284

Sungai Penuh, 5 Oktober 2021

Nomor : 011/SEMNAS/STIESAK/X/2021
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Undangan Sebagai Narasumber

Kepada Yth. Bpk/Ibu/Saudara/i
Pemakalah Webinar Nasional Memanfaatkan Peluang Bisnis Kreatif
di Era Digital

Di
Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan pendaftaran Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai Pemakalah pada Webinar Nasional Memanfaatkan Peluang Bisnis Kreatif di Era Digital, bersama dengan surat ini kami mengundang Bapak/Ibu/Saudara/i untuk dapat mempresentasikan makalah pada:

Hari : Jumat, 08 Oktober 2021
Jam : 08.00 s/d 17.00 WIB
Via : Zoom STIE Sakti Alam Kerinci

Dernikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan, atas perhatian dan partisipasinya kami ucapkan terimakasih.

Ketua Panitia


Andre Jaka Putra



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) SAKTI ALAM KERINCI AKREDITASI-B

Kantor : Jln. Jend. Sudirman No.89 Sungai Penuh
E-mail : stie_kerinci@yahoo.co.id Website : <http://www.stie-sak.ac.id> Phone/Fax : 0748-324284

DAFTAR NAMA PESERTA PEMAKALAH WEBINAR NASIONAL WEBINAR NASIONAL MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL

No	Nama	Jabatan	Judul Artikel
1	Wiwi Puspita Sari Sudirman, S.E., M.M Melifia Liantifa, S.P., M.Si	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening
2	Yona Gusfa Yuhera Dona Elvia Desi, S.E., M.M Gampo Haryono, S.E., M.M	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh Gaya Hidup, kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh
3	Yona Gusfa Yuhera Dona Elvia Desi, S.E., M.M Gampo Haryono, S.E., M.M	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh debt to equity ratio, return on assets (roa) dan return on equity (roe) terhadap harga saham pada pt astra international tbk. Tahun 2009-2018.
4	Yulia Astuti Edia Satria, S.E., M.M Zefri Efdison, S.Kom., MM	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android Merek Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Sakti Alam Kerinci)
5	Ayu Safitri Zefri Efdison, S.E., M.M H.Ferry Siswadi, S.E., M.Si	Mahasiswa Dosen Dosen	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Hubungan Pemasok Dan Strategi Promosi Terhadap Keunggulan Pada Bisnis Mikro Makanan Dan Minuman Di Korintji Heritage
6	Dedek Sovret Dr. Alvia Santoni, S.E., M.M Deky Hamdani, S.E., MM	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci
7	Mira Artika Gampo Haryono, S.E., M.M Ayu Esteka Sari, S.E., M.M	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jhonia Karaoke Di Sungai Penuh
8	Rina Utari Ida Yusnita, S.E. M.M Maryanto, S.E. M.S.Ak	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh return on assets, return on equity, dan dividend payout ratio terhadap harga saham pada pt. Kalbe farma, tbk periode 2009-2018
9	Vilia Pebta Mupia Dr. Indra Budaya, S.E., MM Hendra, S.E., MM	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pusatperawatan Kecantikan Deonard Di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
SAKTI ALAM KERINCI
TERAKREDITASI**

Kantor : Jln. Jenderal Sudirman No. 89 Sungai Penuh

E-mail : stie_kerinci@yahoo.co.id Website : www.stie-sak.ac.id Phone/Fax : 0748 -324284

**DAFTAR NAMA PESERTA PEMAKALAH
WEBINAR NASIONAL
TANTANGAN DAN STRATEGI ENTREPRENEURSHIP DI ERA COVID 19**

No.	Nama	Jabatan	Judul Artikel
10	Anilva Mirta Gandi Silvia Rahayu, S.P., M.Si Heppi Syofya, S.E., M.Si	Mahasiswa Dosen Dosen	Pengaruh PDRB Sektor Pengadaan Listrik Dan Gas Terhadap PDRB ADHK Di Kota Sungai Penuh Tahun 2010-2020
11	Deno Fanny Osi Hayuni Putri, S.E., M.Si Mauledy Ahmad, S.E., M.M	Mahasiswa Dosen Dosen	Analisis Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia Dan Jumlah Penduduk Terhadap Kemiskinan Di Provinsi Riau Tahun 2010-2020
12	Redol Agustian Silvia Rahayu, S.P., M.Si Masrida Zasriati, S.E., M.Si	Mahasiswa Dosen Dosen	Analisi Sektor-Sektor Potensial Dalam Menentukan Prioritas Pembangunan Di Kabupaten Kerinci
13	Lilis Febriawati Cyntia Carolina, S.E., M.Si Zachari Abdallah, S.E., M.S.Ak	Mahasiswa Dosen Dosen	The Effect Of Accounting Conservatism, Audit Quality And Company Size On Partial Tax Avoidance On Sub Companies The Food And Beverage Sector Listed On The Idx Year 2018-2021
14	Thasya Enda Putri Cyntia Carolina, S.E., M.Si Rio Baviga, S.E., M.Ak	Mahasiswa Dosen Dosen	The Influence Of Accounting Factor On The Prediction Of Bond Ratings In The Case Study Of The Goods And Consumption Sector In 2015 -2021 On The IDX
15	Wiwini Guspika Dewi Cyntia Carolina, S.E., M.Si Rio Baviga, S.E., M.Ak	Mahasiswa Dosen Dosen	The Influence Of Information Asymmetry, Audit Quality And Ownership Structure On Profit Management Case Study In Pharmaceutical Sub-Sector Companies Listed In Idx 2017-2021 Period

Sungai Penuh, 08 Oktober 2021

Ketua Panitia

Andre Jaka Putra

Form Daftar Hadir Webinar Nasional

No	Nama Mahasiswa	Asal Instansi	NO.HP/Wa
1	IKHWAN	STIE Sakti Alam Kerinci	082388229834
2	MEGIA ERIZA PUTRI	STIE Sakti Alam Kerinci	085368966658
3	Yunara Amelia Fitri	STIE Sakti Alam Kerinci	085342932342
4	UCI UTARI	STIE Sakti Alam Kerinci	082280307169
5	DAHLIA PUSPITA SARI	STIE Sakti Alam Kerinci	082279839130/082279839130
6	Ori joko pumomo	STIE Sakti Alam Kerinci	081271952619
7	Fuji Tri Wulandari	STIE-SAK	081269807164
8	Karmila	STIE-SAK	082269053962
9	ERRA HAZLIZA	STIE Sakti Alam Kerinci	081373160315
10	Julius gusti pernando	STIE Sakti Alam Kerinci	082176913664
11	YULIA ANANDA JELITA	STIE Sakti Alam Kerinci	081272193176
12	Wiedo Echa Pratama	STIE Sakti Alam Kerinci	082388215996
13	Wiedo Echa Pratama	STIE Sakti Alam Kerinci	082388215996
14	Andi budiman	STIE-SAK	081322613161
15	Vitalia Mustika	IAIN Kerinci	082281244466
16	Gandi Asira	IAIN Kerinci	082278717819
17	INTAN PERMATA SARI	IAIN Kerinci	082279580962
18	YONDA PUTRA	IAIN Kerinci	082183623917
19	SANIA JULIA	AMIK Depati Parbo	082176923878
20	Putri Agnesia	Dinas Pendidikan	082183977192
21	MISIS SUSMITA	Dinas Pendidikan	082232128481
22	FIRDAUS WANA R/PQI	Universitas Jambi	085213978667
23	VEPY ENDIYANETI	UNBARI	082280883910
24	ANGGELIA SESMA NINGSIH	UNBARI	081278760959
25	ANGGELIA SESMA NINGSIH	STIE Sakti Alam Kerinci	081278760959
26	KURNIA YANTI	UNBARI	085377223724
27	Oka hasma putra	STIE-SAK	081266298888
28	Regi putra yanto	STIE-SAK	082386236918
29	Anggun Yunistia Alfira	AMIK Depati Parbo	081377688462
30	NISWATUL KHAIRIAH	UNP	082282794416
31	Mawar Sri wahyuni	Universitas Andalas	082279236503
32	MAWAR SRI WAHYUNI	STIE Sakti Alam Kerinci	082279236503
33	TIARA KLARA RANI	STIE Sakti Alam Kerinci	082269299982
34	Rizki muffihun sholeh	STIE Sakti Alam Kerinci	Wa. 085767700028 telp. 082237
35	Mhd padel	STIE Sakti Alam Kerinci	081373561718
36	SUSTRI AYUWARNI	STIE Sakti Alam Kerinci	082281351940
37	EGO SANDRA	STIE Sakti Alam Kerinci	081387568724
38	APYANDI YANTO	STIE Sakti Alam Kerinci	082278154833
39	LILIS GUSTINA	STIE Sakti Alam Kerinci	082278154833
40	ROZI EFRIADI	STIE Sakti Alam Kerinci	082281796101
41	ROZI EFRIADI	STIE Sakti Alam Kerinci	082281796101
42	Aan Oktori	STIE Sakti Alam Kerinci	082279104201
43	MERI YANI	STIE Sakti Alam Kerinci	0853 8385 4196
44	Aan Oktori	STIE Sakti Alam Kerinci	082279104201
45	KIKI PERDANA	STIE Sakti Alam Kerinci	082269620440
46	ESPA JULITA	STIE Sakti Alam Kerinci	082182619314
47	PUTRI DEWINDA	STIE Sakti Alam Kerinci	082371516662
48	Feri Handika Putra	STIE Sakti Alam Kerinci	082285493429
49	MELSY ANGGELIA	STIE Sakti Alam Kerinci	081369431013
50	nabella	STIE Sakti Alam Kerinci	082180191401
51	nabella	STIE Sakti Alam Kerinci	082180191401
52	LOLA PEBRINA	STIE Sakti Alam Kerinci	082352553315
53	SUSTRI AYUWARNI	STIE Sakti Alam Kerinci	082281351940
54	Fitri sundari	STIE Sakti Alam Kerinci	082375114234

No	Nama Mahasiswa	Asal Instansi	NO.HP/Wa
55	RINDA HAVIZA	STIE Sakti Alam Kerinci	081270018190
56	RINI	STIE Sakti Alam Kerinci	082170929718
57	RINI	STIE Sakti Alam Kerinci	082170929718
58	NURADDILA JAMAL	STIE Sakti Alam Kerinci	081271782438
59	Taufik Kumiawan	STIE Sakti Alam Kerinci	082278429752
60	IMELDA SENTIA	STIE Sakti Alam Kerinci	082271205476
61	IKHWAN	STIE Sakti Alam Kerinci	082388229834
62	RIKA AGUSTINA Y	STIE Sakti Alam Kerinci	082284244782
63	Minda febrianti	STIE Sakti Alam Kerinci	0859 2633 2121
64	Egia prameswari	STIE Sakti Alam Kerinci	082289557524
65	frengky jayusman	STIE Sakti Alam Kerinci	085266686282
66	Relifra	STIE Sakti Alam Kerinci	082246635077
67	ROBBY KURNIAWAN	STIE Sakti Alam Kerinci	085367245050
68	LEVI MUSPA RAHAYU	STIE Sakti Alam Kerinci	081271441810
69	Novita sari	STIE Sakti Alam Kerinci	082384314512
70	UCI UTARI	STIE Sakti Alam Kerinci	082280307169
71	Titin ofrika maili	STIE Sakti Alam Kerinci	082261180897
72	Anisa rizki	STIE Sakti Alam Kerinci	082282171414
73	Fitri sundari	STIE Sakti Alam Kerinci	082375114234
74	Lorena Yurika Sari	STIE Sakti Alam Kerinci	082228240922
75	Oktri nateja	STIE Sakti Alam Kerinci	081278175213
76	NINING ELMA APRIA	STIE Sakti Alam Kerinci	081279946141
77	DEKAPUTRA	STIE Sakti Alam Kerinci	082288191141
78	YUDES ZALTI	STIE Sakti Alam Kerinci	081326904438
79	Dilla Diana Putri	STIE Sakti Alam Kerinci	082176913625
80	IBROHIM	STIE Sakti Alam Kerinci	085272639030
81	MERI SISWITA	STIE Sakti Alam Kerinci	081386877553 / 08117498775
82	LOLA PITALOKA	STIE Sakti Alam Kerinci	082177924123
83	Rinto Hernandes	STIE Sakti Alam Kerinci	081367720497
84	RAZIQ FATHURRAHMAN	STIE Sakti Alam Kerinci	081373764850
85	Nurlaila Ulfiary Andi Samad	STIE Sakti Alam Kerinci	081266629881
86	TUTI MARIANTI	STIE Sakti Alam Kerinci	082176157184
87	NOPA RIANI	STIE Sakti Alam Kerinci	082178005858
88	Indah permata sari	STIE Sakti Alam Kerinci	085764114839
89	Puti selanen dari	STIE Sakti Alam Kerinci	081273682217
90	Puti selanen dari	STIE Sakti Alam Kerinci	081273682217
91	ANDRA IRAWAN	STIE Sakti Alam Kerinci	085267429081
92	Taufik anugrah	STIE Sakti Alam Kerinci	081367594159 / 085267232941
93	Cici oktovia	STIE Sakti Alam Kerinci	081367598293
94	SISTER ERLITA YANTI	STIE Sakti Alam Kerinci	085273018854
95	Witr anstia	STIE Sakti Alam Kerinci	085382131342
96	Laila kamila	STIE Sakti Alam Kerinci	082286413707/082216340878
97	Laila kamila	STIE Sakti Alam Kerinci	082286413707/082216340878
98	Suci putriyani	STIE Sakti Alam Kerinci	082279301118
99	Laila kamila	STIE Sakti Alam Kerinci	082286413707/0816340878
100	AGUNG PRATAMA	STIE Sakti Alam Kerinci	082329501620
101	BELLA FATRISIA	STIE Sakti Alam Kerinci	082378431516
102	NICA AMELINA	STIE Sakti Alam Kerinci	082281243035
103	IRSA SAFITRI	STIE Sakti Alam Kerinci	082280280522
104	IBDAL ARI MASTU	STIE Sakti Alam Kerinci	081373955409
105	ARISKA WULANDARI	STIE Sakti Alam Kerinci	081268438821
106	Febrian Gusva Putra	STIE Sakti Alam Kerinci	081273488427
107	Febi Hardian	STIE Sakti Alam Kerinci	082371116840
108	FEBI HARDIAN	STIE Sakti Alam Kerinci	082371116840
109	AGUS MAULANA	STIE Sakti Alam Kerinci	081227225866
110	Andika putra	STIE Sakti Alam Kerinci	082114231082

No	Nama Mahasiswa	Asal Instansi	NO.HP/Wa
111	Era wati	STIE Sakti Alam Kerinci	082269002940
112	Delma Satria	STIE Sakti Alam Kerinci	081213205159
113	Risky Fauza Okta	STIE Sakti Alam Kerinci	082275035250
114	Indah dwi lestari	STIE Sakti Alam Kerinci	082282836194
115	TRI YULIKA PUTRA	STIE Sakti Alam Kerinci	082282021215
116	Siska afriyeni	STIE Sakti Alam Kerinci	082279839100
117	PEBRINA AGUSTINI	STIE Sakti Alam Kerinci	082282183826
118	MARJOHAN	STIE Sakti Alam Kerinci	0812 8670 7998
119	MIA APRIANI	STIE Sakti Alam Kerinci	082279502378
120	Triska Ramandani	STIE Sakti Alam Kerinci	082372114031
121	PUTRI YULJANI	STIE Sakti Alam Kerinci	085269805025
122	INA ANA FORYATI	STIE Sakti Alam Kerinci	082279152780
123	mirsa andisa putra	STIE Sakti Alam Kerinci	082386945895
124	ROBI SUGARA	STIE Sakti Alam Kerinci	082357909844
125	mirsa andisa putra	STIE Sakti Alam Kerinci	082386945894
126	Sintia puspita	STIE Sakti Alam Kerinci	082281005203
127	SAFRINUS	STIE Sakti Alam Kerinci	085388271759
128	MOLLY IHSANI PUTRI	STIE Sakti Alam Kerinci	082169761824
129	SUCI INDAH WULAN SARI	STIE Sakti Alam Kerinci	082282221574
130	ULANDARI PRISKA NINGSIH	STIE Sakti Alam Kerinci	082279839130
131	MIA SILVIANI ANWAR	STIE Sakti Alam Kerinci	082377731826
132	Monica desi deria	STIE Sakti Alam Kerinci	087797660312
133	Sintia puspita	STIE Sakti Alam Kerinci	082281005203
134	Sintia puspita	STIE Sakti Alam Kerinci	082281005203
135	PENGGY TRISNA DEWI	STIE Sakti Alam Kerinci	082280835622
136	ENGLA DESTRIANA	STIE Sakti Alam Kerinci	085378762698
137	Rahmad ilham	STIE Sakti Alam Kerinci	085263469858
138	ALPIN IRAWAN	STIE Sakti Alam Kerinci	082132553879
139	Ria Aneska	STIE Sakti Alam Kerinci	082375928472
140	Hengki	STIE Sakti Alam Kerinci	081275283629
141	ETIS ANA MORALIA	STIE Sakti Alam Kerinci	082281618966
142	Yohanes Ikwani Hadi	STIE Sakti Alam Kerinci	081273319898
143	YESI SETIA NINGSIH	STIE Sakti Alam Kerinci	081335312639
144	Yulyani	STIE Sakti Alam Kerinci	082281528312
145	SEPTIA FRATESA	STIE Sakti Alam Kerinci	082282893271/082281777039
146	Antia reli	STIE Sakti Alam Kerinci	085384191990
147	Nelan Putri Nengsih	STIE Sakti Alam Kerinci	085268247136
148	Pirdaus Ilmansya	STIE Sakti Alam Kerinci	081274124741
149	Pirdaus Ilmansya	STIE Sakti Alam Kerinci	081274124741
150	ARIS PRASETIO	STIE Sakti Alam Kerinci	082184000031
151	LEO CANDRA	STIE Sakti Alam Kerinci	082281165324
152	YOLA KRISVIA	STIE Sakti Alam Kerinci	081273441751
153	roy koles	STIE Sakti Alam Kerinci	085380856019
154	Antoni	STIE Sakti Alam Kerinci	082282154346
155	Tiara Mayola Pesdika lensi	STIE Sakti Alam Kerinci	082281231750
156	Dewita Afrilia	STIE Sakti Alam Kerinci	082269871626
157	Dewita Afrilia	STIE Sakti Alam Kerinci	082269871626
158	Reza oktavianita	STIE Sakti Alam Kerinci	081266766378
159	Dela Oktaviani	STIE Sakti Alam Kerinci	082269631202
160	Nadia anraini	STIE Sakti Alam Kerinci	082280325286
161	VUJI PASMIANDA	STIE Sakti Alam Kerinci	081367257585
162	SAIDATI HARIKA	STIE Sakti Alam Kerinci	081278951426
163	Ang putra	STIE Sakti Alam Kerinci	082185650787
164	Mitra	STIE Sakti Alam Kerinci	081271181751
165	Mitra	STIE Sakti Alam Kerinci	081271181751
166	Apelia anggara	STIE Sakti Alam Kerinci	082213209857

No	Nama Mahasiswa	Asal Instansi	NO.HP/Wa
167	elen rahayu	STIE Sakti Alam Kerinci	082376624806
168	GENCI NOPRI	STIE Sakti Alam Kerinci	085639354347
169	PENI ANGGRIANI	STIE Sakti Alam Kerinci	082280328172
170	Yohana Febriza	STIE Sakti Alam Kerinci	082182780913
171	Nora eprawati	STIE Sakti Alam Kerinci	085268956054
172	RIAN CANDRA GUNAWAN	STIE Sakti Alam Kerinci	081272280381
173	Roges arzeno	STIE Sakti Alam Kerinci	082278937324
174	Ayu Puspita Putri Diana	STIE Sakti Alam Kerinci	085364808139
175	MARSIFIA AGUNG	STIE Sakti Alam Kerinci	082288211165
178	Wulandari	STIE Sakti Alam Kerinci	082306637933
177	ogif xingola	STIE Sakti Alam Kerinci	082289341653
178	Nanda eka prasetya	STIE Sakti Alam Kerinci	082231812509
179	Toser sandra	STIE Sakti Alam Kerinci	085369938141
180	Toser sandra	STIE Sakti Alam Kerinci	085369938141
181	Riska Sintia	STIE Sakti Alam Kerinci	082262031546
182	RARA TIARA	STIE Sakti Alam Kerinci	082282232557
183	EMILZA OKTAVIA	STIE Sakti Alam Kerinci	085378893789
184	Emilza oktavia	STIE Sakti Alam Kerinci	085378893789
185	candra zuanda	STIE Sakti Alam Kerinci	081373688015
188	Mikel Ana Kardopa	STIE Sakti Alam Kerinci	+62822-1506-5615
187	Sella Anita	STIE Sakti Alam Kerinci	081274827670
188	Sella Anita	STIE Sakti Alam Kerinci	081274827670
189	Anggi puspita	STIE Sakti Alam Kerinci	082269669082
190	ORENDRA YOHANDA	STIE Sakti Alam Kerinci	082177103778
191	BOLAN ARYAN	STIE Sakti Alam Kerinci	081368647031
192	ONINTIA FUJI DWIYANTI	STIE Sakti Alam Kerinci	085384869062
193	Reva Ahmad pahrezi	STIE Sakti Alam Kerinci	081316194583
194	ELA AGUSTINA	STIE Sakti Alam Kerinci	082279810897
195	INGKO HENDRA	STIE Sakti Alam Kerinci	085363816907
196	HANDIKO SAPUTRA	STIE Sakti Alam Kerinci	08127386608
197	VUJI PASMIANDA	STIE Sakti Alam Kerinci	082229446153
198	silvia afrita y	STIE Sakti Alam Kerinci	082295966125
199	sinta eka putri	STIE Sakti Alam Kerinci	081372766792
200	MIA PLOKA	STIE-SAK	081297748122
201	RIRIN PUTU WIJAYA	IAIN Kerinci	082268468869
202	RIRIN PUTU WIJAYA	IAIN Kerinci	082268468869
203	Ridho Ilhami Ramadona	IAIN Kerinci	085377040374
204	Arbi Nesa Pratama	IAIN Kerinci	082176409330
205	SELLA DIAH PRAUTAMI	AMIK Depati Parbo	082278100411
206	RANDISA S	Dinas Pendidikan	082178111215
207	Riski Andrea Putra	Dinas Pendidikan	081379794986
208	YUDA APRISA PERDANA	Universitas Jambi	082279815308
209	WULANDARI LECI	UNBARI	085809823336
210	WULANDARI LECI	UNBARI	085809823336
211	WULANDARI LECI	STIE Sakti Alam Kerinci	085809823336
212	Agung pratama	UNBARI	082329501620
213	Yolsi	STIE-SAK	082287958116

STIE SAK X KOMINFO RI

Mempersembahkan

Webinar Nasional Literasi Digital



Mengambil Peluang Bisnis Kreatif di Era Digital

Guest Speaker

SURYONO

CEO ALKO SUMATRA KOPI
INKUBATOR BUSINESS KELOMPOK

Guest Speaker

GAMPO HARYONO, S.E., M.M

KETUA STIE SAK



DAFTAR SEKARANG

[HTTPS://S.ID/LIDIGKERINCISOKTOBER](https://s.id/lidigkerincisoktober)

BENEFIT

E-Sertifikat Nasional
E-Money

Join Online
WEBINAR

Free Online Event

JUM AT, 8 OKTOBER 2021

JAM 09:00 WIB - SELESAI

LIVE ON



*Harap disimpan No Token, karena digunakan untuk mendapatkan E-Sertifikat saat mengisi absen di akhir sesi





SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Reni Andila

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Poni Yanita, SE,MM

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Mauledy Ahmad, SE, MM

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Fitrina Afrianti, S.Kom., M.M

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Hendra, SE,MM

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Dr. Indra Budaya, SE, MM

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Deky Hamdani, SE, MM

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Gampo Haryono, S.E, M.M

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

H.Ferry Siswadhhi, SE, M.Si

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Melifia Liantifa, SP.,M.Si

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Maryanto, SE, M.Ak

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional:
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



KOMINFO



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Karmila Evita Sari

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Pebta Mupia

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Yulia Astuti

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Ayu Safitri

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Dedek Sovret

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



KOMINFO



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Mira Artika

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Rina Utari

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional:
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Anilva Mirta Gandi

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Deno Fanny

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Redo Agustian

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Lilis Febriawati

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



KOMINFO



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Thasya Enda Putri

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

Wiwin Guspika Dewi

atas partisipasinya sebagai Narasumber dalam kegiatan Literasi Digital Nasional;
Indonesia Makin Cakap Digital dengan tema:

"MEMANFAATKAN PELUANG BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL"

yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
dan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi di 34 Provinsi
dan 514 Kabupaten/ Kota.

08 OKTOBER 2021



Ditandatangani secara elektronik oleh
Direktur Pemberdayaan Informatika

Bonifasius Wahyu Pudjianto

1.PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Sebagai makhluk sosial, Manusia mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas, baik yang merupakan kebutuhan jasmani maupun rohani . Salah satu kebutuhan rohani itu adalah timbulnya keinginan untuk mempercantik diri agar penampilannya lebih baik dari pada sebelumnya, dengan berpenampilan cantik dan menarik akan menambah rasa wanita yang dianggap sebagai sarana perawatan dan tata rias wajah.

Berawal dengan kondisi tersebut, menuntut pengelola Salon Karin Rawang agar dapat mengetahui informasi sebanyak mungkin atau untuk selalu memperbaiki pengenalan terhadap konsumen, mengidentifikasi kembali kebutuhan mereka, baik untuk masa sekarang dan untuk memperkirakan mana yang akan datang.

Salon Karin Rawang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dengan berupa perawatan kecantikan. Dalam usaha mendirikan usahanya, Salon Karin Rawang berusaha memenuhi kebutuhan konsumen, berupa kenyamanan maupun kemudahan selama menggunakan jasa Salon Karin Rawang. Perusahaan berusaha memberikan berbagai fasilitas yang mendukung hal tersebut, sehingga segala kebutuhan konsumen terpenuhi dan akhirnya timbul rasa puas setelah menggunakan jasa Salon Karin Rawang.

Dari sekian banyaknya klinik kecantikan salah satunya adalah Salon Karin Rawang. Cara Salon Karin Rawang menghadapi persaingan dengan menawarkan kembali berbagai produk kecantikan barunya seperti sulam alis da sulam bibir yang memberikan hasil maksimal dengan harga yang terjangkau. Menawarkan manfaat yang lebih banyak kepada konsumennya sebagai bagian dari upayanya untuk mencapai misinya. Faktor utama Salon Karin Rawang menjadi pilihan yang pertama Salon Karin Rawang adalah klinik kecantikan yang banyak dikunjungi oleh kaum wanita di Sungai penuh, karena

Salon Karin Rawang menyediakan berbagai macam jasa perawatan kecantikan yang diinginkan oleh para kaum wanita dengan pelayanan yang baik dan dengan harga terjangkau. Sebagai mana yang di ketahui Kualitas pelayanan adalah seberapa besar adanya perbedaan antara realita dan ekspektasi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Dalam dunia bisnis tidak mudah untuk menjadi yang terbaik dimana terdapat pola perilaku konsumen yang berbeda, dimana di Indonesia terdapat beragam budaya maka memiliki beragam pola perilaku yang berbeda pula. Menurut (Kotler :2009) bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif. Kecantikan merupakan modal dasar bagi wanita modern yang senantiasa untuk menunjukkan eksistensi dirinya dalam sosialitas. Banyak cara yang dapat dilakukan wanita dalam upayanya untuk mencapai kecantikan yang di idamkan. Gaya hidup modern yang cenderung praktis menuntut orang melakukan pekerjaan dengan cara yang cepat serta mudah.

Kecantikan merupakan modal dasar bagi wanita modern yang senantiasa untuk menunjukkan eksistensi dirinya di sosialitas. Banyak cara yang dilakukan wanita dalam upaya untuk mencapai kecantikan yang diidamkan, untuk itu konsumen dituntut untuk memilih klinik kecantikan yang mempunyai kualitas bagus dan pelayanan yang terbaik. Agar waktu dan uang yang dimiliki konsumen tidak terbuang sia-sia agar konsumen juga merasa puas dan senang bila mendapat pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan sehingga konsumen akan terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Kotler (2001) Pemasar harus memahami tingkat produk yaitu produk utama manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh konsumen dari setiap produk, produk generik produk dasar yang mampu memenuhi fungsi pokok produk yang paling dasar, produk harapan produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisi secara normal (layak) di harapkan pelanggan merasa puas , produk pelengkap berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan dengan berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan sehingga konsumen merasa puas menggunakan produk tersebut dan dapat dibedakan dengan produk pesaing dan produk potensial segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu perusahaan di masa mendatang. Ketika seorang usaha memulai usahanya maka seseorang harus siap dan bisa melayani dengan baik sehingga konsumen merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa kita..

Menurut kotler (2002) Kualitas Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain,yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas Pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Salon Karin Rawang sebagai salah satu penyedia jasa pelayanan kecantikan tidak terlepas dari persaingan dengan sesama penyedia jasa pelayanan kecantikan lainnya yang semakin hari semakin

bertambah. Menurut Kotler (1995) mengatakan bahwa banyak faktor yang dipertimbangkan untuk memilih, akan tetapi salah satu cara untuk menarik pelanggan dan memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan yang dapat memberikan kepuasan. Perusahaan yang tidak berkualitas dalam memberikan pelayanan akan ketinggalan dan terlindas dalam persaingan bisnis, maka dari itu Salon Karin Rawang harus selalu berusaha meningkatkan mutu pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan agar dapat bersaing secara sehat dengan klinik kecantikan lainnya.

Menurut Kotler (2008) Harga adalah jumlah semua nilai yang di berikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa jika konsumen menerima tawaran berarti harga tersebut sudah tepat. Dalam dunia bisnis tentu saja banyak terdapat pesaing dan perusahaan yang menyediakan produk yang sama tetapi bagaimana konsumen memilih dan menggunakan perusahaan mana yang baik dan cocok untuk dijadikan pilihan, di sini Salon Karin Rawang banyak dipilih menjadi tempat perawatan kecantikan di sungai penuh karena Salon Karin Rawang menyediakan berbagai produk kecantikan lengkap dengan harga yang terjangkau.

Assauri (2007) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Strategi pemasaran yang tepat dapat berguna untuk sebuah tujuan perusahaan. Kebanyakan perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan *marketing mix strategy* dalam menjalankan setiap kegiatan usahanya.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SALON KARIN RAWANG

RASIDAH PUTRI

Mauledy Ahmad, SE, MM
Poni Yanita, SE, MM

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

Abstract

*This study aims to determine the effect of Service Quality, Price and Facilities on Customer Satisfaction at Salon Karin Rawang simultaneously and partially. This research was conducted on consumers or customers who use Salon Karin Rawang service. Samples taken are 80 people from all consumers who visit the river Salon Karin Rawang. The data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression analysis and hypothesis testing using the *t* test and *F* test. The results show that there is a significant influence between Service Quality and Customer Satisfaction at Salon Karin Rawang partially, this is evidenced by *t* count > *t* table (3,623 > 1,99167). There is a significant effect between Price on Customer Satisfaction at Salon Karin Rawang partially, this is evidenced by *t* count > *t* table (3,962 > 1,99167). There is a significant effect between facilities on customer satisfaction at Salon Karin Rawang partially, this is evidenced by *t* count > *t* table (3,325 > 1,99167). There is a significant influence between Service Quality, Price and Facilities on Customer Satisfaction at Salon Karin Rawang simultaneously, this is evidenced by *F* count > *F* table (39,358 > 2,72). The influence of Service Quality on Customer Satisfaction at Salon Karin Rawang partially is 13,6%. The influence of price on customer satisfaction at Salon Karin Rawang partially is 17,6%. The size of the influence of facilities on customer satisfaction at Salon Karin Rawang partially is 29,7%. The influence of service quality, price and facilities on customer satisfaction at Salon Karin Rawang simultaneously is 60,8%.*

Keywords: Service Quality, Price, Facilities, Customer Satisfaction

Menurut Tjiptono (2006), Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen, yang merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk menjalankan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat dipenuhi. Begitu juga dengan fasilitas, fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen akan mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk, fasilitas juga termasuk pertimbangan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan perusahaan, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Pada Salon Karin Rawang ini sudah menyediakan fasilitas perawatan kecantikan yang cukup lengkap hampir sama dengan perawatan seperti di kota-kota besar sehingga para wanita-wanita yang suka melakukan perawatan dapat dengan mudah menemui tempat perawatan sehingga lebih menghemat waktu dan tenaga dan tidak perlu menghabiskan waktu yang lama untuk mendapatkan perawatan kecantikan yang diinginkan. Karena pada Salon Karin Rawang semua jenis perawatan kecantikan telah tersedia dan dengan kualitas yang baik.

Menurut Kotler dan Keller (2007) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang di pikirkan terhadap kinerja yang di harapkan. Pada dasarnya kepuasan pelanggan dalam memilih tempat perawatan kecantikan dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya adalah Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan. Didorong oleh kebutuhan yang ada dalam diri seseorang terpengaruh jika konsumen menunjukkan

rasa senang. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang di rasakannya kinerja produk di bandingkan dengan harapan konsumen memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkat pelayanan dan produk terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan, perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Perusahaan menganggap pelanggan sebagai raja yang harus di layani dengan baik, mengingat dari pelanggan tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar terus tetap hidup.

Dari pengertian Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas dapat dikatakan bahwa pelanggan akan merasa puas jika kualitas pelayanan yang diberikan selalu maksimal dan perawatan yang diberikan sesuai dengan kualitas yang baik sehingga harga tidak menjadikan suatu masalah utama bagi konsumen apabila kualitas pelayanan dan perawatan yang didapatkan memuaskan sesuai persepsi pelanggan. Dan juga fasilitas pada Salon Karin Rawang membuat pelanggan merasa nyaman dan tidak membosankan sehingga dengan demikian pelanggan akan merasa puas, jika pelanggan puas maka akan berdampak positif bagi kelancaran

pengguna jasa perawatan di Salon Karin Rawang.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Karin Rawang secara Parsial dan Simultan?
2. Berapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Karin Rawang secara Parsial dan Simultan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Karin Rawang secara Parsial dan Simultan.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Karin Rawang secara Parsial dan Simultan.

2. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausalitas. Penelitian deskripsi kausalitas tergolong pada penelitian kuantitatif. Penelitian kausalitas merupakan penelitian yang dilakukan untuk memaparkan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lainnya yaitu menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan pelanggan pada Salon Karin Rawang. Penelitian ini dilakukan pada Konsumen atau Pelanggan yang menggunakan jasa Salon Karin Rawang.

Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2007) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi adalah Konsumen atau pelanggan yang menggunakan jasa

perawatan kecantikan pada Salon Karin Rawang dimana jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut Sugiono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalkan karena keterbatasan tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, yaitu metode *accidental sampling*, yaitu teknik sampling berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini anggota sampel adalah konsumen yang berkunjung pada Salon Karin Rawang.

Alasan menggunakan metode ini adalah jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dengan keterbatasan waktu, modal dan kemampuan, maka sampel yang diambil adalah konsumen yang berkunjung Salon Karin Rawang. Penentuan besarnya ukuran sampel yang diukur menggunakan pedoman sampel minimal yang dikemukakan Sekaran (2006) yaitu 20 kali atau lebih jumlah variabel, maka :

$$n_{\min} = 20 \times \text{jumlah variabel}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

Sampel Minimal = 20×4 Variabel = 80
Berdasarkan perhitungan tersebut, dimana sampel minimal yang digunakan adalah 80 responden. Maka jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 80 responden. Maka dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 80 orang dari keseluruhan

konsumen yang berkunjung pada Salon Karin Rawang.

Definisi Operasional Variabel

1. Definisi Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler (2000) Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara manfaat produk yang konsumen rasakan dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa Konsumen Salon Karin Rawang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk di Salon Karin Rawang dan harapan-harapannya.

2. Definisi Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Kotler (Nasution, 2004) Kualitas Pelayanan adalah sebuah prestasi atau pencapaian dalam layanan pelanggan. Hal ini sangat mencerminkan pada setiap pertemuan sebuah pelayanan.

Kualitas Pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh Salon Karin Rawang kepada Konsumen, yang pada dasarnya intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

3. Definisi Harga

Menurut Stanton (2008) Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran.

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya yang ditawarkan oleh Salon Karin Rawang.

4. Definisi Fasilitas

Menurut Tjiptono (2004) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat

memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan.

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus dimiliki oleh Salon Karin Rawang sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011) Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item di dalam kuisioner apakah item dari kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner maupun mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Variabel Bebas

y = Variabel Terikat

Kriteria Uji Validitas Menurut Arkunto (2013) adalah sebagai :

1. Apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuisioner tersebut valid.
2. Apabila nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka kuisioner tersebut tidak valid.

Dengan melakukan uji coba kuisioner tersebut pada responden, sebanyak 30 orang. Setelah hasil yang didapatkan valid, kuisioner bisa disebar. Uji validitas dengan cara membandingkan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah 5 % (0,05), dan jumlah responden adalah 30 orang, maka r_{tabel} adalah :

$$df = n - 2$$

$$df = 30 - 2$$

$$df = 28$$

Sehingga didapat r_{tabel} adalah = 0,361. Pada tabel di bawah ini bisa dilihat

hasil dari uji validitas Kepuasan Pelanggan :

Tabel 1
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Kepuasan Pelanggan	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
1	Kepuasan Pelanggan 1	0,380	0,361	Valid
2	Kepuasan Pelanggan 2	0,419	0,361	Valid
3	Kepuasan Pelanggan 3	0,652	0,361	Valid
4	Kepuasan Pelanggan 4	0,701	0,361	Valid
5	Kepuasan Pelanggan 5	0,708	0,361	Valid
6	Kepuasan Pelanggan 6	0,556	0,361	Valid
7	Kepuasan Pelanggan 7	0,805	0,361	Valid
8	Kepuasan Pelanggan 8	0,698	0,361	Valid
9	Kepuasan Pelanggan 9	0,750	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 1, maka dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka seluruh pertanyaan pada kuesioner Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator Pertanyaan keputusan pembelian adalah valid. Pada tabel di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji validitas Kualitas Pelayanan :

Tabel 2
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

No	Kualitas Pelayanan (X1)	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
1	Kualitas Pelayanan 1	0,593	0,361	Valid
2	Kualitas Pelayanan 2	0,401	0,361	Valid
3	Kualitas Pelayanan 3	0,546	0,361	Valid

4	Kualitas Pelayanan 4	0,721	0,361	Valid
5	Kualitas Pelayanan 5	0,462	0,361	Valid
6	Kualitas Pelayanan 6	0,421	0,361	Valid
7	Kualitas Pelayanan 7	0,686	0,361	Valid
8	Kualitas Pelayanan 8	0,666	0,361	Valid
9	Kualitas Pelayanan 9	0,677	0,361	Valid
10	Kualitas Pelayanan 10	0,632	0,361	Valid
11	Kualitas Pelayanan 11	0,707	0,361	Valid
12	Kualitas Pelayanan 12	0,621	0,361	Valid
13	Kualitas Pelayanan 13	0,676	0,361	Valid
14	Kualitas Pelayanan 14	0,610	0,361	Valid
15	Kualitas Pelayanan 15	0,686	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka seluruh pertanyaan pada kuesioner Kualitas Pelayanan dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator Pertanyaan Kualitas Pelayanan adalah valid. Pada tabel di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji validitas Harga :

Tabel 3
Uji Validitas Harga (X2)

No	Harga (X2)	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
1	Harga 1	0,550	0,361	Valid
2	Harga 2	0,557	0,361	Valid
3	Harga 3	0,710	0,361	Valid
4	Harga 4	0,656	0,361	Valid
5	Harga 5	0,83	0,361	Valid

	5	0	1	
6	Harga 6	0,83 8	0,36 1	Valid
7	Harga 7	0,39 0	0,36 1	Valid
8	Harga 8	0,48 0	0,36 1	Valid
9	Harga 9	0,47 7	0,36 1	Valid

Berdasarkan Tabel 3 maka dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka seluruh pertanyaan pada kuesioner Harga dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator Pertanyaan Harga adalah valid. Pada tabel di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji validitas fasilitas :

Tabel 4
Uji Validitas Fasilitas (X3)

N o	Fasilitas (X3)	r hitung	r tabel	Hasil Validitas
1	Fasilitas 1	0,76 2	0,36 1	Valid
2	Fasilitas 2	0,75 9	0,36 1	Valid
3	Fasilitas 3	0,73 9	0,36 1	Valid
4	Fasilitas 4	0,62 0	0,36 1	Valid
5	Fasilitas 5	0,77 8	0,36 1	Valid
6	Fasilitas 6	0,77 9	0,36 1	Valid
7	Fasilitas 7	0,65 4	0,36 1	Valid
8	Fasilitas 8	0,74 2	0,36 1	Valid
9	Fasilitas 9	0,70 8	0,36 1	Valid
10	Fasilitas 10	0,37 6	0,36 1	Valid
11	Fasilitas 11	0,59 3	0,36 1	Valid
12	Fasilitas 12	0,62 0	0,36 1	Valid

Berdasarkan Tabel 4, maka dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka seluruh pertanyaan pada kuesioner Fasilitas dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator Pertanyaan Fasilitas adalah valid.

2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2007) jika alat ukur dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur itu di uji reliabilitasnya. Suatu instrument pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jika uji reliabilitas instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Kriteria pengujian uji reliabilitas adalah (Ghozali, 2007) :

1. Apabila nilai koefisien Alpha adalah lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
2. Apabila hasil koefisien Alpha adalah lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Dengan menggunakan rumus dari Ghazali (2007) sebagai berikut:

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

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas

k = Banyaknya item

$\sum Si^2$ = Jumlah varian setiap item

St^2 = Varians Total

Uji reliabilitas bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

N o	Variabel	Cronbach h alpha	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan	0,813	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,878	Reliabel

	n		
3	Harga	0,797	Reliabel
4	Fasilitas	0,889	Reliabel

Berdasarkan tabel 5 didapatkan hasil pengujian reliabilitas terhadap seluruh item pertanyaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* lebih besar 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas, sehingga kuesioner ini reliabel sebagai instrumen penelitian.

Alat Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Mencari tingkat pencapaian jawaban responden di gunakan rumus sebagai berikut :

$$TCR = \frac{\text{rata-rata skor}}{5} \times 100\%$$

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ferdinand (2006) regresi linier berganda adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel indenpenden terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (indenpenden) yaitu kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) terhadap variabel terikat (dependent) kepuasan pelanggan (Y) Salon Karin Rawang.

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Kontanta

b_1 = Koefisien Regresi Kualitas Produk

b_2 = Koefisien Regresi Promosi

b_3 = Koefisien Regresi Harga

x_1 = Kualitas Produk

x_2 = Promosi

x_3 = Harga

e = Kesalahan Pengganggu (error)

3. Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2006) Dalam penggunaan koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%), adapun rumusnya sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (Simultan)

Rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

2. Koefisien Determinasi (Parsial)

Rumus:

$$KD = (\text{Zero order } \times \text{beta}) \times 100\%$$

4. Uji t (Parsial)

Menurut Sugiyono (2013:167) pengujian parsial (individu) diadakan dengan melakukan uji t hitung, mencari besarnya t hitung yang akan di bandingkan dengan t tabel. Dengan rumus :

$$t = \frac{\beta_i}{S/\sqrt{n}}$$

t = Nilai Pengujian

β_i = Koefisien Regresi

S : Standar Deviasi Sampel

n : Jumlah Sampel

Dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ dan kriteria pengujian sebagai berikut :

- Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak , artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Salon Karin Rawang.
- Jika t hitung \geq t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Salon Karin Rawang.

5. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011) uji F dihitung untuk menguji model regresi atas pengaruh seluruh variabel indenpenden yaitu secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F adalah menguji kelayakan model yang harus

dilakukan dalam analisis regresi linier. Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi yang telah terbentuk. Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka variabel independen dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Dalam analisis linier sederhana, signifikan dalam uji F sama hasilnya dengan signifikan pada uji t.

Untuk menguji pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang di gunakan uji F dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R/K - 1}{(1 - R)/n - k}$$

Keterangan :

R : Koefisien Determinasi

n : Jumlah Data

k : Jumlah Variabel Independen

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Karin Rawang.
- $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Karin Rawang.

Analisis Data dan Pembahasan

1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda pada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grandnata Sungai Penuh, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 6
Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
Model		

	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1.642	3.516	
Kualitas Pelayanan	.157	.043	.277
Harga	.278	.070	.315
Fasilitas	.352	.066	.442

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel 6 di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,642 + 0,157 X_1 + 0,278 X_2 + 0,352 X_3$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah:

- Nilai dari $a = 1,642$ artinya jika variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang adalah sebesar 1,446.
- Nilai dari $b_1 = + 0,157$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Kualitas Pelayanan adalah positif, semakin baik Kualitas Pelayanan, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang.
- Nilai dari $b_2 = + 0,278$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Harga adalah positif, semakin baik Harga, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang.
- Nilai dari $b_3 = + 0,352$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Fasilitas adalah positif, semakin baik Fasilitas, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang.

2 Koefisien Determinan

1. Secara Simultan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara

simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 7
Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	.780 ^a	.608	.593	4.10981

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas_Pelayanan, Harga

Berdasarkan analisis Tabel 7 didapatkan hasil dari *R Square* yang dapat disebut Koefisien Determinasi adalah 60,8 % atau dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= R^2 \times 100\% \\ &= (0,780)^2 \times 100\% \\ &= 60,8\% \end{aligned}$$

Hasil Koefisien Determinasi adalah 60,8%. Artinya besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Hargadan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Karin Rawang adalah 60,8%. Sedangkan sisanya (100% - 60,8%), yaitu 39,2% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Secara Parsial

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara parsial, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 8
Koefisien Determinan

Coefficients ^a				
Model	Standardized Coefficients	Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
	Beta			

(Constant)				
Kualitas_Pelayanan	.277	.491	.384	.260
Harga	.315	.558	.414	.284
Fasilitas	.442	.671	.521	.382

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan analisis Tabel 8 didapatkan hasil :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui besar pengaruh secara parsial dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (\text{Zero order} \times \text{beta}) \times 100\% \\ &= (0,277 \times 0,491) \times 100\% \\ &= 13,6\% \end{aligned}$$

Hasil Koefisien Determinasi adalah 13,6%. Artinya besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Karin Rawang adalah 13,6%.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui besar pengaruh secara parsial dari Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (\text{Zero order} \times \text{beta}) \times 100\% \\ &= (0,315 \times 0,558) \times 100\% \\ &= 17,6\% \end{aligned}$$

Hasil Koefisien Determinasi adalah 17,6%. Artinya besar pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Karin Rawang adalah 17,6%.

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui besar pengaruh secara parsial dari Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= (\text{Zero order} \times \text{beta}) \times 100\% \\
 &= (0,442 \times 0,671) \times 100\% \\
 &= 29,7\%
 \end{aligned}$$

Hasil Koefisien Determinasi adalah 29,7%. Artinya besar pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Karin Rawang adalah 29,7%.

3 Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikan pengaruh Kualitas Pelayanan, Hargadan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara parsial menggunakan uji t. Hasil t_{tabel} adalah :1,99167. Sedangkan untuk t_{hitung} dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 9
Hasil Ringkasan Uji t

Coefficients ^a					
Model	t	Sig.	Correlations		
			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	.467	.642			
Kualitas_Pelayanan	3.623	.001	.491	.384	.260
Harga	3.962	.000	.558	.414	.284
Fasilitas	5.325	.000	.671	.521	.382

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Pada tabel 9 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang, ini dibuktikan dengan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,623 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,001 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang, ini dibuktikan dengan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,962 > 1,99167$) serta dengan

nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang.

3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang, ini dibuktikan dengan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($5,325 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang.

2) Uji F

Untuk menguji signifikan pengaruh Kualitas Pelayanan, Hargadan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara simultan. Hasil F_{tabel} adalah : 2,72. Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 10
Hasil Ringkasan Uji F

ANOVA ^a					
Model	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regressi	3	664.773	39.358	.000 ^b
	Residual	76	16.891		
	Total	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga

Berdasarkan tabel 10 dari uji ANOVA atau F tes ternyata didapat F_{hitung} 39,358 : dimana $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($39,358 > 2,72$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara simultan Kualitas Pelayanan, Hargadan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang.

4. KESIMPULAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang:
 - 1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara parsial, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($3,623 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,001 < 0,050$.
 - 2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara parsial, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($3,962 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima.
 - 3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara parsial, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($5,325 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima.
 - 4) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara simultan, ini dibuktikan dengan F hitung $>$ F tabel ($39,358 > 2,72$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$.
2. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grandnata Sungai Putih Salon Karin Rawang:
 - 1) Besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Karin Rawang secara parsial adalah 13,6%.
 - 2) Besar pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon

Karin Rawang secara parsial adalah 17,6%.

- 3) Besar pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Karin Rawang secara parsial adalah 29,7%.
- 4) Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara simultan adalah 60,8%.

Saran

Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang berada pada rata-rata Baik dengan Total Capaian Responden (TCR) nya sebesar 87,78% dengan kriteria Baik. Maka untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan tersebut maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan cara :
 - 1) Hendaknya Salon Karin Rawang bisa mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan solusi dalam konsultasi tentang produk kecantikan.
 - 2) Hendaknya pihak-pihak Karyawan dan Pihak Manajemen Salon Karin Rawang memiliki sifat cekatan serta menghargai pelanggan.
2. Meningkatkan Harga dengan cara :
 - 1) Hendaknya Harga yang ditetapkan Salon Karin Rawang sesuai dengan pelayanan.
 - 2) Hendaknya Harga berbeda yang di tetapkan Salon Karin Rawang sesuai dengan produk yang diinginkan.
3. Meningkatkan fasilitas dengan cara :
 - 1) Hendaknya Saat melakukan perawatan, tata cahaya dari lampu di Salon Karin Rawang bisa layak dan memadai.
 - 2) Hendaknya di Salon Karin Rawang Ruang tunggu bisa bagus dan baik.

5.REFERENSI

- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. (2002). Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Assauri, Sofjan, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra (2006), *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedua belas*, PT. Indeks, Jakarta.
- Daft, Richard L. 2002. *Manajemen Edisi Kelima Jilid Satu*. Jakarta : Erlangga.
- A.F Stoner, James dan Edward Freeman (eds), *Manajemen Jilid 1, terj. Alexander Sindoro*, Jakarta: PT Prahallindo, 1996.
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen. Cetakan kesebelas*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Basu Swastha Dharmmesta dan Handoko, Hani. 2003. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Stanton, William J, 2000, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarta*, Jakarta: Erlangga.
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE-Yogyakarta.
- Valarie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner. 2008., *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc.
- Universitas Kristen Maranatha
DAFTAR PUSTAKA
Kotler, Philip (2000). *Prinsip -Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta : Prehalindo.
- Hansemark, Albinsson, (2004) "Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 14 Iss: 1, pp.40 -57.
- Rambat Lupiyoadi., 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Basu, swastha dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Farida Jafar, 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Arief, 2007, *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, Bayumedia Publishing, Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran, Edisi 2*, Andi Offset, Yogyakarta.
- _____, 2010. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Stanton, William J (Swasta & Handoko). 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*.
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran, edisi kedua*, Andi, Yogyakarta.

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PUSAT PERAWATAN KECANTIKAN DEONARD DI
HAMPARAN RAWANG KOTA SUNGAI PENUH**

VILIA PEBTA MUIPIA

**Dr. Indra Budaya, SE,MM
Hendra, SE,MM**

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

Abstract

This study aims to determine the extent to which the influence of Lifestyle on Consumer Satisfaction, the extent to which the influence of Product Quality on Consumer Satisfaction, the extent to which the Service Quality on Consumer Satisfaction, and the extent to which the influence of Lifestyle, Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at Pusat Perawatan Kecantikan Deonard in Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh. The population in this study is overall consumers at Pusat Perawatan Kecantikan Deonard in Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh during 1 month. Furthermore, the determination of the sample with 20 multiplied by the number of variables, then obtained a sample size of 80 respondents with the sampling technique Accidental Sampling. Data analysis tool used is path analysis at an alpha level of 0.05. Based on the results of the study showed that Lifestyle has a positive and significant effect on consumer satisfaction at 12,24 %, Product quality positive and significant effect on consumer satisfaction at 39,24 %, Service quality positive and significant effect on customer satisfaction at 5,64%, Lifestyle, product quality and service quality positive and significant effect on consumer satisfaction at Pusat Perawatan Kecantikan Deonard in Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh at 32,60 %.

Keywords: Lifestyle, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan kemajuan yang pesat di dunia kecantikan saat ini menjadi kebutuhan untuk masyarakat umum dan telah menjadi bisnis yang prospektif. Bisnis kecantikan dari tahun ketahun semakin meningkat dan berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Globalisasi saat ini mengarahkan dunia bisnis yang menyebabkan perubahan besar dalam konsep bisnis dan pemasaran.

Maraknya perkembangan dunia usaha yang tidak lepas dari dunia persaingan saat ini menentukan perusahaan untuk kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan. Perawatan Kecantikan merupakan sebuah perawatan yang menawarkan pelayanan jasa dibidang perawatan kesehatan dan kecantikan wajah dan kulit. Tujuan utama pembuatan perawatan kecantikan pada umumnya ingin menjadikan para konsumen terbebas dari jerawat, memberikan keindahan wajah, dan tubuh tampak cantik, bersih, sehat dan natural dari ujung rambut sampai ujung kaki.

Di Desa Maliki Air Kecamatan Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh terdapat perawatan kecantikan yang berbeda dengan perawatan lainnya yang diberi nama perawatan kecantikan Deonard Ori. Adapun alasan berdirinya pusat kecantikan Deonard Ori ini adalah untuk menjawab dari banyak permintaan masyarakat yang membutuhkan jasa perawatan kecantikan dengan produk yang berorientasi pada produk halal dan alami.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:16) Kepuasan Konsumen merupakan persepsi konsumen terhadap kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, Konsumen kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, Konsumen puas. Jika

kinerja melebihi ekspektasi, Konsumen sangat puas.

Kepuasan Konsumen penting bagi penyedia pelayanan atau produk perawatan kecantikan untuk reputasinya dan meningkatkan jumlah dalam mempercantik diri. Konsumen yang memiliki standar sendiri dalam memenuhi gaya hidupnya. Penyedia layanan perawatan dan kecantikan perlu memperhatikan gaya hidup konsumen agar perawatan kecantikan yang diberikan pada konsumen dapat sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Gaya hidup konsumen merupakan suatu tindakan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan Konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan adanya kesetiaan konsumen untuk terus loyal dalam memakai jasa Perawatan Kecantikan. Gaya Hidup seseorang mempengaruhi perilakunya dalam kaitan memilih suatu produk agar sesuai dengan gaya yang disandangnya (Suharno dan Sutarso, 2010:89). Sedangkan Menurut Irawan (2009:130) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan (*Service quality*). Artinya gaya hidup, kualitas produk, kualitas pelayanan menentukan kepuasan konsumen.

Gaya Hidup sangat berkaitan dengan perkembangan zaman, dalam arti lain gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalankannya. Seperti halnya pada konsumen yang memakai Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang ini, konsumen selalu mengikuti perkembangan zaman yang secara sadar maupun tidak mempengaruhi gaya hidup mereka. Seperti dalam hal penampilan, gaya hidup konsumen tersebut menaruh perhatian lebih pada penampilan. Hal

ini dapat dilihat dari cara konsumen menghabiskan sebagian isi dompetnya.

Pada umumnya konsumen bepergian tidak hanya berpakaian rapi, tetapi juga memakai riasan wajah, seperti bedak, pelembab bibir, perona wajah dan lain-lain supaya terlihat cantik. Kegiatan tersebut berdampak semakin banyak konsumen menghabiskan waktunya di luar. Konsumen sebagian besar lebih suka menggunakan produk kecantikan dengan mereka yang terkenal dan berkualitas. Dimana kualitas ditentukan oleh pandangan dan pengalaman mereka terhadap suatu produk. Gaya hidup apabila digunakan oleh pemakai secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Karena mereka juga memikirkan apa yang mereka pakai sehari-hari.

Menurut Kotler dan Keller (2009:143) Kualitas Produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas dalam upaya pemenuhan kebutuhannya, seseorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi. Kualitas Produk yang diinginkan oleh konsumen menyangkut manfaatnya bagi pemenuhan kebutuhan dan keamanannya bagi diri konsumen, sehingga konsumen merasa tenang dalam menggunakan produk tersebut. Untuk memenuhi keinginan konsumen agar tenang dalam mengkonsumsi produk dan cara penggunaannya. Demi memenuhi kebutuhan pelanggannya, perusahaan harus selalu memperbaharui produk lama dengan memunculkan produk-produk baru dan juga memperbaiki kualitasnya kearah yang semakin baik.

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani (2006), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Walaupun pelayanan adalah suatu produk yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seorang. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen.

Berkaitan dengan kualitas pelayanan, Perawatan Kecantikan Deonard masih dihadapkan kepada berbagai macam bentuk keterbatasan. Keterbatasan tersebut diantaranya adalah tenaga kerja yang masih kurang optimal, hal ini dikarenakan oleh Perawatan Kecantikan Deonard masih menggunakan tenaga kerja harian sehingga berakibat kurangnya produktifitas karyawan yang berakibat kurang optimalnya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan dengan konsumen di Pusat perawatan kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa konsumen yang datang ke Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh memilih produk-produk yang akan mereka gunakan dengan menyesuaikan dengan manfaat produk dan keuangan mereka. Tingginya permintaan konsumen tidak diimbangi dengan pilihan produk yang dapat mereka sesuaikan dengan kebutuhan dan keuangannya. Jumlah pegawai yang hanya terdiri dari satu orang kurang

memadai dengan jumlah konsumen yang datang untuk melakukan perawatan kecantikan atau meminta penjelasan terhadap manfaat produk, sehingga konsumen harus menunggu sampai konsumen yang lain selesai terlebih dahulu. Selain itu, hal yang ditemui dalam pelayanan di pusat perawatan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh ialah kurangnya perhatian dalam kualitas pelayanan, keluhan konsumen kurang mendapat respon serta kurangnya pihak manajemen dalam mengelola usahanya, hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di pusat perawatan deonard.

Pusat Perawatan Kecantikan Deonard dalam pelayanan dan memuaskan konsumen sudah konsisten, hal ini di buktikan oleh kecenderungan konsumen dalam melakukan pembelian ulang dengan alasan bahwa konsumen sudah begitu mengenal Pusat Perawatan Kecantikan Deonard. Pusat Perawatan Kecantikan Deonard menyadari bahwa gaya hidup, kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah sesuatu yang memungkinkan individu dan kelompok sosial membuat puas terhadap jasa yang ditawarkan.

Dengan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard Di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh.

Rumusan masalah

1. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh ?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pusat Perawatan

Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh ?

3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh ?
4. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh.

Populasi Dan Sampel

1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Malholtra (2005:364) mendefinisikan populasi sebagai gabungan elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta guna kepentingan riset pemasaran. Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand 2006).

Tabel 1
Data Konsumen Pusat Perawatan
Kecantikan Deonard Ori

NO	Tahun	Jumlah Konsumen
1.	2015	90
2.	2016	185
3.	2017	280
4.	2018	350

Sumber : Pusat perawatan kecantikan Deonard Ori

Dari data Konsumen di atas, terdapat jumlah Konsumen yang sangat berfluktuatif. Pada tahun 2015 jumlah Konsumen pusat perawatan kecantikan Deonard Ori adalah sebanyak 90 orang, pada tahun 2016 jumlah Konsumen pusat perawatan kecantikan Deonard Ori adalah sebanyak 185 orang, pada tahun 2017 jumlah Konsumen yakni sebanyak 280 orang, pada tahun 2018 jumlah Konsumen sebanyak 350 orang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Pusat Kecantikan Deonard yang berada di wilayah Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh. Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* karena jumlah populasi tidak diketahui.

2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014:56), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh

populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sampel *Accidental sampling (Quota)* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan untuk sebagai sampel, bila dipandang konsumen yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Alasan menggunakan metode ini adalah jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Maka sampel yang diambil adalah konsumen yang menggunakan jasa Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh jangka waktu selama 1 (satu) bulan.

Menurut Roscoe (dalam Sugiyono, 2014:91) jumlah sampel penelitian jika bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan menjadi 20 kali variabel, jadi jumlah sampel, yaitu:

$$n_{\text{min}} = 20 \times \text{Jumlah Variabel} \\ = 20 \times 4 \text{ Variabel} = 80$$

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 responden dari konsumen yang menggunakan jasa Perawatan Kecantikan Deonard.

Definisi Operasional Variabel

1 Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan Konsumen adalah perasaan seseorang yang merupakan akibat dari perbandingan *performance* produk dan jasa dari usaha Perawatan Kecantikan Deonard yang diterima dengan yang diharapkan oleh konsumen, dengan indikator Kepuasan Konsumen Menurut Kotler (2008:214). Adapun indikator penelitian, yaitu: Jaminan terhadap kualitas, Bukti Nyata Pelayanan, Memahami Konsumen, Keandalan, Daya Tanggap

2 Gaya Hidup (X1)

Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia, dengan indikator Gaya Hidup menurut Sunarto, yaitu: Kegiatan (Activity), Minat (Interest), Opini (Opinion)

3 Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh Perawatan Kecantikan Deonard untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan indikator Kualitas Produk menurut Nasution (2005:5), yaitu: Keistimewaan (*features*), Kesesuaian dengan spesifikasi, Kemampuan Pelayanan (*service ability*), dan Estetika (*Easthetica*)

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2011) Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item di dalam kuisisioner apakah item dari kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin di ukur. Suatu kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner maupun mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Variabel Bebas

y = Variabel Terikat

Kriteria Uji Validitas Menurut Arkunto (2013) adalah sebagai :

1. Apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut valid.
2. Apabila nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut tidak valid.

Dengan melakukan uji coba kuesioner tersebut pada responden, sebanyak 30 orang. Setelah hasil yang didapatkan valid, kuesioner bisa disebar. Uji validitas dengan cara membandingkan nilai r hitung $\geq r$ tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah 5 % (0,05), dan jumlah responden adalah 30 orang, maka r tabel adalah :

$$df = n - 2$$

$$df = 30 - 2$$

$$df = 28$$

Sehingga didapat r tabel adalah = 0,361. Pada tabel di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji validitas Kepuasan Pelanggan :

Tabel 2
Uji Validitas Kepuasan
Konsumen(Y)

Item	r Hitung	r Tabel	Ket.
Item 1	,559**	0,361	VALID
Item 2	,711**	0,361	VALID
Item 3	,688**	0,361	VALID
Item 4	,516**	0,361	VALID
Item 5	,564**	0,361	VALID
Item 6	,521**	0,361	VALID
Item 7	,410*	0,361	VALID
Item 8	,610**	0,361	VALID
Item 9	,423*	0,361	VALID
Item 10	,430*	0,361	VALID
Item 11	,447*	0,361	VALID
Item 12	,490**	0,361	VALID
Item 13	,371*	0,361	VALID
Item 14	,379*	0,361	VALID
Item 15	,424*	0,361	VALID

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka seluruh

pertanyaan pada kuesioner Kepuasan kosnumen dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pernyataan kepuasan konsumen adalah valid.

Tabel 3
Uji Validitas Gaya Hidup (X1)

Item	r Hitung	r Tabel	Ket
Item 1	,491 ^{**}	0,361	VALID
Item 2	,518 ^{**}	0,361	VALID
Item 3	,522 ^{**}	0,361	VALID
Item 4	,762 ^{**}	0,361	VALID
Item 5	,528 ^{**}	0,361	VALID
Item 6	,430 [*]	0,361	VALID
Item 7	,647 ^{**}	0,361	VALID
Item 8	,548 ^{**}	0,361	VALID
Item 9	,604 ^{**}	0,361	VALID

Berdasarkan Tabel 3, maka dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka seluruh pertanyaan pada kuesioner gaya hidup dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan gaya hidup adalah valid.

Tabel 4
Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Item	r Hitung	r Tabel	Ket
Item 1	,564 ^{**}	0,361	VALID
Item 2	,612 ^{**}	0,361	VALID
Item 3	,605 ^{**}	0,361	VALID
Item 4	,821 ^{**}	0,361	VALID
Item 5	,589 ^{**}	0,361	VALID
Item 6	,590 ^{**}	0,361	VALID
Item 7	,665 ^{**}	0,361	VALID
Item 8	,605 ^{**}	0,361	VALID
Item 9	,638 ^{**}	0,361	VALID
Item 10	,667 ^{**}	0,361	VALID
Item 11	,690 ^{**}	0,361	VALID
Item 12	,412 [*]	0,361	VALID

Berdasarkan Tabel 4 maka dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka seluruh

pertanyaan pada kuesioner kualitas produk dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator Pernyataan kualitas produk adalah valid.

Tabel 5
Uji Validitas Kualitas Pelayanan(X3)

Item	r Hitung	r Tabel	Ket.
Item 1	,405 [*]	0,361	VALID
Item 2	,397 [*]	0,361	VALID
Item 3	,497 ^{**}	0,361	VALID
Item 4	,494 ^{**}	0,361	VALID
Item 5	,520 ^{**}	0,361	VALID
Item 6	,537 ^{**}	0,361	VALID
Item 7	,436 [*]	0,361	VALID
Item 8	,432 [*]	0,361	VALID
Item 9	,440 [*]	0,361	VALID
Item 10	,536 ^{**}	0,361	VALID
Item 11	,436 [*]	0,361	VALID
Item 12	,427 [*]	0,361	VALID
Item 13	,532 ^{**}	0,361	VALID
Item 14	,598 ^{**}	0,361	VALID
Item 15	,504 ^{**}	0,361	VALID

Berdasarkan Tabel 5, maka dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka seluruh pertanyaan pada kuesioner kualitas pelayanan dinyatakan valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan Pertanyaan adalah valid.

2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2007) jika alat ukur di nyatakan valid, maka berikutnya alat ukur itu di uji reliabilitasnya. Suatu instrument pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jika uji realibilitas instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Kriteria pengujian uji reliabilitas adalah (Ghozali, 2007) :

1. Apabila nilai koefisien Alpha adalah lebih besar dari taraf signifikansi

60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.

2. Apabila hasil koefisien Alpha adalah lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Dengan menggunakan rumus dari Ghozali (2007) sebagai berikut:

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

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas

k = Banyaknya item

$\sum Si^2$ = Jumlah varian setiap item

St^2 = Varians Total

Uji reliabilitas bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Ket.
1	Gaya Hidup	0,724	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,832	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0,625	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen	0,714	Reliabel

Berdasarkan table 6 didapatkan hasil pengujian reliabilitas terhadap seluruh item pertanyaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* lebih besar 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas, sehingga kuesioner ini reliabel sebagai instrumen penelitian.

Alat Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Mencari tingkat pencapaian jawaban responden di gunakan rumus sebagai berikut :

$$TCR = \frac{\text{rata-rata skor} \times 100\%}{5}$$

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ferdinand (2006) regresi linier berganda adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) yaitu gaya hidup (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel terikat (dependen) kepuasan konsumen (Y) pada pusat perawatan kecantikan deonard di hamparan rawang kota sungai penuh.

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam peneliiian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Kualitas Produk

b_2 = Koefisien Regresi Promosi

b_3 = Koefisien Regresi Harga

x_1 = Kualitas Produk

x_2 = Promosi

x_3 = Harga

e = Kesalahan Pengganggu (error)

3. Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2006) Dalam penggunaan koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%), adapun rumusnya sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (Parsial)

Rumus:

$$KD = (\text{Zero order} \times \text{beta}) \times 100\%$$

2. Koefisien Determinasi (Simultan)

Rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

4. Uji t (Parsial)

Menurut Sugiyono (2013:167) pengujian parsial (individu) diadakan dengan melakukan uji t hitung, mencari besarnya t hitung yang akan di bandingkan dengan t tabel. Dengan rumus :

$$t = \frac{\beta_i}{S/\sqrt{n}}$$

t = Nilai Pengujian

β_i = Koefisien Regresi

S : Standar Deviasi Sampel

n : Jumlah Sampel

Dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ dan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara gaya hidup, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pusat perawatan kecantikan Deonard Ori
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara gaya hidup, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pusat perawatan kecantikan Deonard Ori

5. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011) uji F dihitung untuk menguji model regresi atas pengaruh seluruh variabel independen yaitu secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F adalah menguji kelayakan model yang harus dilakukan dalam analisis regresi linier. Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi yang telah terbentuk. Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka variabel independen dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Dalam analisis linier sederhana, signifikan dalam uji F sama hasilnya dengan signifikan pada uji t.

Untuk menguji pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang di gunakan uji F dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R/K - 1}{(1 - R)/n - k}$$

Keterangan :

R : Koefisien Determinasi

n : Jumlah Data

k : Jumlah Variabel Independen

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pusat perawatan kecantikan Deonard Ori
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara simultan gaya hidup, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pusat perawatan kecantikan Deonard Ori

Analisis Data dan Pembahasan

1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda pada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grandnata Sungai Pemuh., maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 7
Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	2,874	5,734		
1	X1	,361	,127	,239
	X2	,675	,102	,559
	X3	,185	,092	,157

Dari tabel di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,642 + 0,157 X_1 + 0,278 X_2 + 0,352 X_3$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah:

1. Nilai dari $a = 2,874$, artinya jika gaya hidup, kualitas produk, dan kualitas pelayanan bernilai 0, maka kepuasan konsumen bernilai 2,874.
2. Nilai dari $b_1 = + 0,361$, artinya tanda positif menunjukkan bahwa semakin baik gaya hidup maka kecenderungan terjadi peningkatan kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh.
3. Nilai dari $b_2 = + 0,675$, artinya tanda positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas Produk maka kecenderungan terjadi peningkatan kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh.
4. Nilai dari $b_3 = + 0,185$, artinya tanda positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan gaya hidup maka kecenderungan terjadi peningkatan kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh.

2 Koefisien Determinan

1. Secara Parsial

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara parsial, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 8
Koefisien Determinan

Coefficients ^a				
Model	Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Z _{zero-order}	Partial Part
(Constant)				
1	X1	,239	,512	,311
	X2	,559	,707	,603
	X3	,157	,359	,224

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan analisis Tabel 8 didapatkan hasil :

1) Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.7 Besar kecil pengaruh variabel gaya hidup terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh secara parsial dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut.

$$\begin{aligned} KD &= \beta \times \text{zero order} \times 100 \% \\ &= 0,239 \times 0,512 \times 100 \% \\ &= 12,2368 \text{ dibulatkan} \end{aligned}$$

12,24%

Koefisien Determinasi sebesar 12,24 % yang berarti variabel gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh, sedangkan 87,76% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.7, besar kecil pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh secara parsial dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{KD} &= \beta \times \text{zero order} \times 100 \% \\ &= 0,559 \times 0,702 \times 100 \% \\ &= 39,2418 \text{ dibulatkan} \end{aligned}$$

39,24 %

Koefisien Determinasi sebesar 39,24 %, berarti variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh, sedangkan 60,76% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.7, besar kecil pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{KD} &= \beta \times \text{zero order} \times 100 \% \\ &= 0,157 \times 0,359 \times 100 \% \\ &= 5,6363 \text{ dibulatkan } 5,64 \% \end{aligned}$$

Koefisien Determinasi sebesar 5,64 %, berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh, sedangkan 94,36% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

2. Secara Simultan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Hargadan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 9
Koefisien Determinan

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^b	.571	.554	5,173

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi pada *R Square* atau R^2 dengan besaran koefisien determinasi pada tabel sebesar 0,571. Kemudian, dilanjutkan dengan menentukan KD secara simultan, sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100 \% \\ &= 0,571 \times 100 \% \\ &= 32,6041 \% \text{ dibulatkan menjadi } 32,60 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan Hasil perhitungan di atas maka diperoleh KD secara simultan sebesar 32,60. Artinya, pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh adalah sebesar 32,60 % sedangkan 67,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3 Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikan pengaruh Kualitas Pelayanan, Hargadan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karin Rawang secara parsial menggunakan uji t. Hasil t_{tabel} adalah :1,99167. Sedangkan untuk t_{hitung} dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 10
Hasil Ringkasan Uji t

Model	t	Sig.	Correlations		
			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	,501	,618			
X1	2,849	,006	,312	,311	,214
X2	0,598	,006	,702	,603	,496
X3	2,003	,049	,359	,224	,150

Pada tabel 10 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut :

a) Dilihat pada tabel bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,849 > 1,99167) serta signifikansi gaya hidup $0,006 < 0,05$.

Maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial antara gaya hidup terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh.

- b) Dilihat pada tabel bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,598 > 1,99167$) serta signifikansi kualitas produk $0,000 < 0,05$,

maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh.

- c) Dilihat pada tabel bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,003 > 1,99167$) serta signifikansi gaya hidup $0,049 < 0,05$,

maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh secara parsial Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh.

2) Uji F

Pengujian pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh secara simultan dengan menggunakan uji F, secara simultan. Hasil F_{tabel} adalah : 2,72. Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 10
Hasil Ringkasan Uji F

ANOVA*					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2708,175	3	902,725	33,730	,000 ^a
Residual	2034,025	76	26,763		
Total	4742,200	79			
a. Dependent Variable: Y					
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2					

Pada tabel di atas dapat dilihat F_{hitung} sebesar 33,730, perhitungan di atas dapat diputuskan dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($33,730 > 2,72$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis pada bab-bab sebelum maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh, dimana besar pengaruh gaya hidup terhadap kepuasan konsumen sebesar 12,24 %.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh, dimana besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 39,24 %.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan di Hamparan Rawang Kota Sungai Penuh, dimana besar pengaruh kualitas pelayanan

terhadap kepuasan konsumen sebesar 5,64%

4. Gaya hidup, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Perawatan Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh secara simultan, dimana besar pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 32,60 % terhadap kepuasan konsumen, sedangkan 67,40% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Agar Gaya Hidup konsumen pada Pusat Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh dapat ditingkatkan dilakukan dengan cara:
 - 1) Hendaknya meningkatkan Kegiatan (*Activity*) dengan total capaian responden sebesar 66,00%.
 - 2) Hendaknya meningkatkan Opini (*Opinion*) konsumen dengan total capaian responden sebesar 76,92%.
 - 3) Hendaknya meningkatkan Minat (*Interest*) dengan total capaian responden sebesar 77,33%.
2. Agar kualitas produk pada Pusat Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh dapat ditingkatkan dilakukan dengan cara:
 - 1) Hendaknya meningkatkan kesesuaian dengan Spesifikasi dengan total capaian responden sebesar 72,17%
 - 2) Hendaknya meningkatkan estetika (*esthetic*) dengan total capaian responden sebesar 72,25%
 - 3) Hendaknya meningkatkan keistimewaan dengan total capaian responden sebesar 72,67%.

- 4) Hendaknya meningkatkan kemampuan pelayanan dengan total capaian responden sebesar 77,25%
3. Agarkualitas pelayanan pada Pusat Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh dapat ditingkatkan dilakukan dengan cara:
 - 1) Hendaknya meningkatkan Keandalan berada pada kategori kurang baik dengan total capaian responden sebesar 64,50%.
 - 2) Hendaknya meningkatkan Ketanggapan (*responsiviness*) berada pada kategori kurang baik dengan total capaian responden sebesar 67,92 %.
 - 3) Hendaknya meningkatkan Jaminan (*Assurance*) berada pada kategori cukup baik dengan total capaian responden sebesar 68,92%.
 - 4) Hendaknya meningkatkan Berwujud (*Tangible*) berada pada kategori cukup baik dengan total capaian responden sebesar 70,17%.
 - 5) Hendaknya meningkatkan Empati (*Empathy*) berada pada kategori cukup baik dengan total capaian responden sebesar 73,17%.
 4. Hendaknya tetap memperhatikan faktor-faktor di luar variabel penelitian yang memiliki pengaruh sebesar 67,40% terhadap kepuasan konsumen, sehingga dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Pusat Kecantikan Deonard di Hambaran Rawang Kota Sungai Penuh maka faktor-faktor lain juga perlu untuk ditingkatkan.

5. REFERENSI

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta.

- Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Keputusan Konsumen Konsumen*. Jakarta. Alok Media
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesembilan*. Jakarta. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta Erlangga.
- Malhotra. 2005. *Riset penelitian*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Nasution. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta. Ghalia Indonesia;
- Suharno dan Sutarso. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DANAU KACO KABUPATEN KERINCI

KARMILA EVITA SARI

Fitriana Afrianti, S.Kom., M.M
Dr. Indra Budaya, SE, MM

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

ABSTRACT

This study aims to identify the influence of Service Quality, Product Quality and Price on Tourists Satisfaction at Lake Kaco Tourism Object Regency of Kerinci. This research was conducted to test the presence or absence of relationships or influences between variables, namely specifically testing hypotheses in structural equations. The data analysis technique used in this study is the Multiple Linear Regression analysis technique. The results showed that Service Quality has a significant effect on Tourists Satisfaction as evidenced by $t_{count} > t_{table}$ which is $2.063 > 1.991$, and a significance value of $0.043 < t_{table}$ which is $3.618 > 1.991$, and a significance value of $0.001 < t_{table}$ which is $2.063 > 1.991$, and a significance value of $0.020 < f_{tabel}$ ($36.803 > 2.72$) and with a significance value of $0,000$

Keywords : *Service Quality, Product Quality, Price, Tourists Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Kepariwisataan merupakan salah satu dari sekian banyak gejala atau peristiwa yang terjadi dimuka bumi yang timbul dari aktifitas manusia untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu kebutuhan untuk memenuhi kesenangan hati. Kegiatan pariwisata banyak mendatangkan keuntungan pada wilayah atau negara yang berusaha mengembangkan. Karena sifat aktifitas kepariwisataan yang banyak menyerap tenaga kerja sehingga dapat mendukung pembangunan. Salah satu wisata yang ada dikabupaten kerinci adalah danau kaco yang berada di lempur gunung raya, tetapi bukan hanya danau kaco saja ada beberapa tempat

wisata yang ada dikabupaten kerinci ini antara lain seperti danau lingkat, danau kerinci, air terjun pancuran rayo, gunung kunyit, danau dua dan sebagainya. dari banyaknya wisata yang ada dikabupaten kerinci hanya danau kaco yang masuk dalam kategori wisata yang sudah internasional bahkan dikenal mulai dari dalam negeri sampai ke luar negeri. Dan memiliki keunikan tersendiri karena banyaknya keanekaragaman yang terdapat di danau kaco tetapi tidak dimiliki oleh wisata lain. Danau kaco merupakan danau terletak dikabupaten kerinci jambi tepatnya desa lempur, kecamatan gunung raya. danau ini berada dikawasan taman kerinci seblat (TNKS) yang merupakan situs UNESCO. Danau ini memiliki luas

sekitar 90 meter persegi dan memiliki kedalaman yang belum diketahui. danau kaco dapat memancarkan cahaya terang di malam hari pancaran cahaya itu semakin pada saat malam bulan purnama atau tanggal 15 penanggalan hijriyah.

Keunikannya yang mampu memantulkan cahaya inilah yang menarik bagi wisatawan mengunjunginya. Air Danau Kaco yang mampu mengeluarkan cahaya yang terang seolah-olah jika dilihat dari kejauhan cahaya tersebut di pancarkan dari Danau Kaco seperti lampu yang di arahkan ke langit.

Dari kepuasan wisatawan terhadap objek wisata danau kaco yang semakin meningkat dari tahun ketahun dapat dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan yang datang dari berbagai manca negara untuk dapat mengunjungi objek wisata ini.

wisatawan yang hendak menuju Danau Kaco diharapkan menggunakan jasa pemandu karena masuk pada kawasan hutan Lindung Taman Nasional Kerinci Seblat (TNKS). jasa pemandu/*tour guide* yang sudah siap supaya tidak menasar, karena jalurnya hutan rimba. tetapi kurangnya petunjuk jalan yang disediakan dan juga kebersihan disekitar perjalanan kurang dibersihkan sehingga mengurangi tingkat kenyamanan wisatawan saat menikmati perjalanan menuju danau kaco tersebut.

Harga tiket masuk ke wisata danau kaco terbilang agak mahal yaitu sebesar Rp.10.000/orang dan parkir kendaraan Rp. 5.000, sedangkan harga tiket/karcis wisata yang dikelola oleh perda (dermaga danau kerinci) yaitu sebesar Rp.4.000-6.000/org (hari biasa) dan Rp.5.000-10.000/orang (hari libur).

Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan danau kaco Kabupaten Kerinci".

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan secara parsial dan berapa besar pengaruh tersebut?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan secara

Parsial dan berapa besar pengaruh tersebut?

3. apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
4. apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan secara simultan dan berapa besar pengaruh tersebut?

Tujuan Penelitian

1. untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan secara parsial dan besarnya pengaruh tersebut
2. untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan secara Parsial dan besarnya pengaruh tersebut
3. untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan secara parsial dan besarnya pengaruh tersebut
4. untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan wisatawan secara simultan dan besarnya pengaruh tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan melihat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan danau kaco kabupaten kerinci. Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan metodologi kuantitatif dengan melakukan survei yang akan dilakukan di danau kaco kabupaten kerinci. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa adanya kesediaan instansi untuk memberikan informasi yang diperlukan sesuai dengan penelitian.

Ruang lingkup dari penelitian ini mencakup hanya pada variabel-variabel yang berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan wisatawan. Waktu penelitian atau lamanya penelitian yang dilakukan kurang lebih selama 1 bulan (29 Maret 2020 – 29 April 2020).

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut danang sutoyo (2012:11) menyatakan populasi adalah totalitas semua nilai yang dihasilkan dari perhitungan atau pengukuran secara kuantitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung di objek wisata danau kaco kabupaten kerinci yang jumlahnya belum diketahui.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:56), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *tecnic sampling Accidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang konsumen yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Alasan menggunakan metode ini adalah jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Maka sampel yang diambil adalah wisatawan kabupaten kerinci dengan jangka waktu batasan selama 2 (dua) minggu. Metode yang dijadikan dalam metode ini adalah teori dari Uma Sekaran (2006) yaitu 20 kali dari total variabel sebagai berikut

$$20 \times 4 \text{ variabel} = 80$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini menurut teori uma sakaran adalah 80 sampel dari wisatawan yang berkunjung ke danau kaco yang dibatasi oleh masyarakat koto agung jujan, dimana selebaran akan dibagikan kepada 80 wisatawan yang berkunjung ke danau kaco yang berada di kabupaten kerinci.

Jenis Data

- Data primer yaitu data yang diperoleh melalui sumber pertama berupa wawancara, pendapat (kuesioner) dan hasil observasi dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan danau kaco.
- Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan melalui media perantara

maupun data kepustakaan berupa publikasi, buku-buku bacaan dan internet yang mempunyai kaitan erat.

Sumber Data

- Pengunjung objek wisata danau kaco Kabupaten Kerinci.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Teknik Pengumpulan Data

- library research* (studi kepustakaan) yakni penelitian yang mempelajari berbagai teori-teori dan informasi dari laporan-laporan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian
- field research* (studi lapangan) yakni merupakan pengumpulan data dengan cara turun langsung ke objek yang diteliti untuk mendapat data primer.
 - wawancara (*interview*), yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian.
 - Angket (*kuesioner*), yaitu dilakukan dengan membuat pertanyaan dan memberikan langsung kepada para wisatawan danau kaco kabupaten kerinci.

Defenisi Operasional

1) Kepuasan Wisatawan (Y)

Kepuasan wisatawan adalah perasaan yang timbul baik itu perasaan senang ataupun sedih setelah wisatawan tersebut berkunjung ke danau kaco serta dapat membandingkan kepuasan yang didapat dengan wisata-wisata lain.

2) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah sebagian dari kelebihan yang diberikan oleh penjaga danau kaco, seperti pelayanan tour guide dan penjagaan kendaraan.

3) Kualita Produk (X2)

Kualitas yang sangat menonjol pada danau kaco yaitu jernihnya air danau serta warna dari danau tersebut yang berwarna biru

serta dapat memancarkan cahaya pada malam hari.

4) Harga

Harga tiket masuk serta tiket parker juga tergolong murah dan ekonomis naik dari kalangan atas sampai kalangan bawah.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah kusioner yang diukur menggunakan skala *Likert*. Skala Likert. (Riduwan, 2002), bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Skor jawaban pertanyaan dari kuesioner, yaitu alternatif jawabannya Sangat Setuju (SS) maka skor yang diberikan adalah 5, jika jawabannya Setuju (S) maka skor yang diberikan adalah 4, jika jawabannya Kurang Setuju (KS) maka skor yang diberikan adalah 3, jika jawabannya Tidak Setuju (TS) maka skor yang diberikan adalah 2, dan jika jawabannya Sangat Tidak Setuju (STS) maka skor yang diberikan adalah 1.

Adapun kisi-kisi Instrumen dari penelitian ini sebagaimana terlihat pada Tabel 3.2. berikut ini :

Tabel 1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

n o	Variabel	Indikator	Para ahli	Jumlah kuesioner
1	Kepuasan wisatawan	1. kesesuaian harapan 2. minat berkunjung kembali 3. kesediaan merekomendasikan	Tjiptono (2004:101)	4 4 4

2	Kualitas pelayanan	1. berwujud 2. kehandalan 3. ketangguhan 4. jaminan 5. empati	Zeithaml, p arasuraman & berry (dalam hardiansyah 2011:46)	3 3 3 3 3
3	Kualitas produk	1. fitur 2. reliabilitas 3. kesesuaian dengan spesifikasi 4. daya tahan 5. keindahan	Garvin (dalam tjiptono, 2005 : 130- 131)	3 3 3 3 3
4	harga	1. tingkat harga 2. potongan harga 3. syarat pembayaran	Mc charty	4 4 4

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sugharto dan Sitinjak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur.

Pelaksanaan perhitungan validitas butir-butir instrumen dianalisis dengan menggunakan program komputer SPSS. Dalam penelitian ini digunakan rumus *Product Moment*, yaitu:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

dimana,

r = Koefisien korelasi

X = Nilai dari butir

Y = Nilai dari total butir

N = Banyaknya butir

Keputusan pengujian validitas instrumen adalah jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item pertanyaan tersebut dikatakan valid atau sah. Dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada objek yang berbeda, sehingga penulis memutuskan untuk menguji validitas di danau kaco kabupaten kerinci Dengan melakukan uji coba kuesioner tersebut pada sejumlah responden untuk perhitungan uji validitas sebanyak 30 orang wisatawan danau kaco kabupaten kerinci, uji validitas dengan cara membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

4.1 di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji validitas variabel kepuasan wisatawan :

Tabel 1
Uji Validitas Kepuasan Wisatawan

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1.	Y1	0,711	0,3610	Valid
2.	Y2	0,613	0,3610	Valid
3.	Y3	0,733	0,3610	Valid
4.	Y4	0,473	0,3610	Valid
5.	Y5	0,719	0,3610	Valid
6.	Y6	0,660	0,3610	Valid
7.	Y7	0,668	0,3610	Valid
8.	Y8	0,756	0,3610	Valid
9.	Y9	0,635	0,3610	Valid
10.	Y10	0,616	0,3610	Valid
11.	Y11	0,449	0,3610	Valid
12.	Y12	0,538	0,3610	Valid

Dari tabel 4.6 di atas, dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan wisatawan adalah 12 butir item

valid karena pernyataan tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 2
Uji Validitas kualitas pelayanan

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1.	X1.1	0,583	0,3610	Valid
2.	X1.2	0,574	0,3610	Valid
3.	X1.3	0,760	0,3610	Valid
4.	X1.4	0,567	0,3610	Valid
5.	X1.5	0,659	0,3610	Valid
6.	X1.6	0,789	0,3610	Valid
7.	X1.7	0,499	0,3610	Valid
8.	X1.8	0,655	0,3610	Valid
9.	X1.9	0,622	0,3610	Valid
10.	X1.10	0,584	0,3610	Valid
11.	X1.11	0,472	0,3610	Valid
12.	X1.12	0,542	0,3610	Valid
13.	X1.13	0,645	0,3610	Valid
14.	X1.14	0,596	0,3610	Valid
15.	X1.15	0,521	0,3610	Valid

Dari tabel 4.7 di atas, dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan adalah 15 butir item valid karena pernyataan tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3
Uji Validitas kualitas produk

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1.	X2.1	0,796	0,3610	Valid
2.	X2.2	0,796	0,3610	Valid
3.	X2.3	0,414	0,3610	Valid
4.	X2.4	0,635	0,3610	Valid
5.	X2.5	0,465	0,3610	Valid
6.	X2.6	0,796	0,3610	Valid
7.	X2.7	0,559	0,3610	Valid
8.	X2.8	0,793	0,3610	Valid
9.	X2.9	0,584	0,3610	Valid
10.	X2.10	0,796	0,3610	Valid
11.	X2.11	0,796	0,3610	Valid
12.	X2.12	0,559	0,3610	Valid
13.	X2.13	0,685	0,3610	Valid
14.	X2.14	0,793	0,3610	Valid
15.	X2.15	0,378	0,3610	Valid

Dari tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk adalah 15 butir item valid

karena pernyataan tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4
Uji Validitas harga

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1.	X3.1	0,691	0,3610	Valid
2.	X3.2	0,700	0,3610	Valid
3.	X3.3	0,761	0,3610	Valid
4.	X3.4	0,606	0,3610	Valid
5.	X3.5	0,464	0,3610	Valid
6.	X3.6	0,615	0,3610	Valid
7.	X3.7	0,606	0,3610	Valid
8.	X3.8	0,405	0,3610	Valid
9.	X3.9	0,761	0,3610	Valid
10.	X3.10	0,529	0,3610	Valid
11.	X3.11	0,603	0,3610	Valid
12.	X3.12	0,424	0,3610	Valid

Dari tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel harga adalah 12 butir tem valid karena pernyataan tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen bertujuan untuk mengetahui besarnya indeks kepercayaan instrumen dari variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan. Setelah dilakukan uji validitas dan diperoleh butir pernyataan yang valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Keputusan untuk mengetahui bahwa instrumen adalah reliabel jika nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,60$ dari analisis program SPSS diperoleh uji reliabilitas seperti pada tabel di bawah ini :

Pada tabel 5 di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 5
Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i> hitung	Standar Reliabilitas	Keterangan
1.	Kepuasan Wisatawan (Y)	0,755	0,60	Reliable
2.	Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,751	0,60	Reliable
3.	Kualitas Produk (X ₂)	0,756	0,60	Reliable
4.	Harga (X ₃)	0,750	0,60	Reliable

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 5 maka dapat dijelaskan bahwa setiap pernyataan dari variabel kepuasan wisatawan (Y) memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,755 sedangkan standar reliabel 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dari variabel kepuasan wisatawan dinyatakan reliabel. Variabel kualitas pelayanan (X₁) memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,751 sedangkan standar reliabel 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dari variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliabel. Variabel kualitas produk memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,756 sedangkan standar reliabel 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dari variabel kualitas produk dinyatakan reliabel. Variabel harga memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,750 sedangkan standar reliabel 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dari variabel harga dinyatakan reliabel. Sehingga instrumen pada penelitian ini dapat dilanjutkan untuk pengambilan data penelitian.

Metode Analisis Data

- Menurut mukhtar (2013:10) metode penelilan deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian terhadap penelitian pada suatu waktu tertentu.
- Menurut sugiyono (2008), penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian

yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Alat Analisa data

1. Analisis Deskriptif

Data dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Verifikasi data
2. Menghitung nilai jawaban
 - a. Menghitung frekuensi dari jawaban yang diberikan responden atas setiap item pertanyaan yang diajukan.
 - b. Menghitung rata-rata skor total = $\frac{5f(SS) + 4f(S) + 3f(KS) + 2f(TS) + 1f(STS)}{f(SS) + f(S) + f(RR) + f(RR) + f(TS)}$
 - c. Menghitung nilai TCR masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TCR = \frac{RS}{S} \times 100$$

Dimana :

TCR = tingkat pencapaian responden

Rs = rata-rata skor jawaban

S = nilai skor tertinggi jawaban responden

2. Analisa Regresi Liner Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsi atau pengaruh kausal antara dua variabel atau lebih dengan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini teknik analisa yang digunakan menggunakan SPSS versi 20,00,

Model persamaan untuk analisa regresi berganda (Sugiyono, 2009:113) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y : Kepuasan wisatawan
- b_1 : Koefesien regresi variabel X_1 ,
- b_2 : Koefesien regresi variabel X_2 ,
- b_3 : Koefesien regresi variabel X_3 ,
- X_1 : Kualitas pelayanan
- X_2 : Kualitas produk
- X_3 : harga

a : Konstanta

e : error

3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

4. Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, dimana salah satu variabel independennya tetap/dikendalikan. Sugiyono (2007) merumuskan uji t statistik sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Korelasi Parsial

n = Jumlah anggota sampel

Dalam melakukan estimasi data maka digunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5 %. Uji Parsial atau Uji t-statistik digunakan untuk menguji keabsahian koefisien regresi secara parsial. Selanjutnya hasil perhitungan dikonsultasikan dengan nilai t_{tabel} dengan taraf kesalahan α 5 % dengan tingkat kepercayaan 95%, dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} sebagai berikut :

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $P_{value} \leq 0,05$: Hipotesa nol ditolak dan hipotesa alternatif diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga) terhadap variabel *dependent* (kepuasan).

$t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $P_{value} \geq 0,05$: Hipotesa nol diterima dan hipotesa alternatif ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan

0,05 antara variabel *independent* (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga) terhadap variabel *dependent* (kepuasan).

Uji F (Simultan)

Menurut Sugiyono (2007) uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Rumusnya adalah :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

K = Banyaknya variabel bebas

N = Jumlah sampel

R² = Koefisien Determinasi

F = F hitung yang selanjutnya

dikonsultasikan dengan F tabel

Untuk menguji signifikan F_{hitung} dengan cara membandingkan besarnya F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan taraf signifikan 5%.

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $P_{value} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga) terhadap variabel *dependent* (kepuasan).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $P_{value} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga) terhadap variabel *dependent* (kepuasan).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda, maka dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini :

Tabel 6
Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error				Zer	Part	Part
(Constant)	-16,348	6,100		-2,680	,008			
Kualitas Pelayanan (X1)	,225	,109	,198	2,063	,043	,603	,230	,151
Kualitas Produk (X2)	,536	,148	,407	3,618	,001	,720	,383	,265
Harga (X3)	-,376	,150	-,264	-2,376	,020	,679	,263	,174

Dari Tabel 4.15 hasil *output* program SPSS diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = -16,348 + 0,225 X_1 + 0,536 X_2 + 0,376 X_3$$

Dengan penjelasan dari persamaan ini adalah :

1. Nilai konstanta sebesar -16,348. Artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_1) kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) nilainya adalah 0, maka kepuasan wisatawan nilainya negatif yaitu sebesar -16,348.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan wisatawan (Y) sebesar 0,225 dan signifikan 0,043 (lebih kecil dari 0,05), artinya jika variabel independen lain bernilai tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan wisatawan mengalami kenaikan sebesar 0,225. Koefisien bernilai positif artinya semakin baik pelayanan yang diberikan kepada wisatawan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan wisatawan (Y) sebesar 0,536 dan signifikan 0,001 (lebih kecil dari 0,05),

artinya jika variabel independen lain bernilai tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan wisatawan mengalami kenaikan sebesar 0,536. Koefisien bernilai positif artinya semakin baik kualitas produk yang disediakan untuk wisatawan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci.

4. Nilai koefisien regresi variabel harga (X_2) terhadap kepuasan wisatawan (Y) sebesar 0,376 dan signifikan 0,020 (lebih kecil dari 0,05), artinya jika variabel independen lain bernilai tetap dan harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan wisatawan mengalami kenaikan sebesar 0,376. Koefisien bernilai positif artinya semakin baik atau kesesuaian harga wisata Danau Kaco maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 7 di atas, maka besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut.

Tabel 7
Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.770 ^a	.592	.576	3.92598	.592	36.803	3	76	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Berdasarkan analisis Tabel 4.16, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan secara

simultan, maka digunakan koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,592 \times 100\% \\ KD &= 59,2\% \end{aligned}$$

Terdapat R Square (Determinasi) sebesar 0,592 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,770 (a) R-Square dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci adalah sebesar 59,2%. Sedangkan sisanya (100%-59,2%), yaitu sebesar 40,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

1 Uji t

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci yang berguna untuk mencari pengujian hipotesis dengan membandingkan nilai dari t_{hitung} terhadap t_{tabel} , hasil t_{hitung} dapat di lihat pada tabel 4.15 diatas. Dengan taraf signifikan 5% dan jumlah responden 80 orang, dengan melakukan uji dua arah, maka didapat t_{tabel} adalah $df = (n-k) = (80-4) = 76$, sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,991.

Berdasarkan hasil output SPSS di atas dapat dijelaskan apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji parsial (uji t) di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,063 > 1,991$, serta nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hipotesis H_1 diterima yaitu "secara parsial kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Danau Kaco Kabupaten Kerinci".

2. Kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,618 > 1,991$, serta nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hipotesis H_2 diterima yaitu "secara parsial kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Danau Kaco Kabupaten Kerinci".
3. Harga (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,376 > 1,991$, serta nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hipotesis H_3 diterima yaitu "secara parsial harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Danau Kaco Kabupaten Kerinci".

2 Uji F

Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) terhadap kepuasan wisatawan (Y) Danau Kaco Kabupaten Kerinci secara simultan. Maka didapat harga F_{tabel} adalah $df1 = (k-1) = (4-1) = 3$, dan $df2 = (n-k) = (80-4) = 76$, dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n jumlah responden. Sehingga didapat t_{tabel} sebesar 2,72. Kemudian uji simultan (uji F) pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini:

Tabel 8
Hasil Ringkas Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1701,786	3	567,262	36,803	,000 ^b
	Residual	1171,414	76	15,413		
	Total	2873,200	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel 4.17 dari uji ANOVA atau F tes ternyata didapat nilai

t_{hitung} adalah sebesar 36,803 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($36,803 > 2,72$) serta dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. H_a diterima artinya "secara simultan kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan wisatawan (Y) Danau Kaco Kabupaten Kerinci".

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,063 > 1,991$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,043 (Sig < 0,05). Besar pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci adalah sebesar 11,94%.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,618 > 1,991$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 (Sig < 0,05). Besar pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci adalah sebesar 29,30 %.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,063 > 1,991$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,020 (Sig < 0,05). Besar pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci adalah sebesar 17,92%.
4. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap

kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($36,803 > 2,72$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($Sig < 0,05$). Besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci adalah sebesar 59,2%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, berikut ini beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan Danau Kaco Kabupaten Kerinci.

1. Kualitas pelayanan objek wisata Danau Kaco Kabupaten Kerinci sudah cukup baik, namun masih ada yang perlu ditingkatkan pada indikator jaminan dengan nilai rata-rata dan TCR terendah, maka dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kemampuan, pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya (kredibilitas) karyawan/petugas pengurus objek wisata dalam memberikan jaminan kepada wisatawan sehingga menimbulkan persepsi bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan dalam perjalanan ataupun ditempat wisata sehingga kepuasan wisatawan terhadap objek wisata Danau Kaco Kabupaten Kerinci dapat ditingkatkan.
2. Kualitas produk objek wisata Danau Kaco Kabupaten Kerinci sudah cukup baik, namun masih ada yang perlu ditingkatkan pada indikator keindahan dengan nilai rata-rata dan TCR terendah, maka dapat ditingkatkan dengan cara memperhatikan bentuk fisik dari Danau Kaco ini sendiri seperti tingkat kebersihan dan menjaga keindahannya supaya tidak tercemar, serta mencegah wisatawan membuang sampah sembarangan yang dapat mengotori lingkungan Danau Kaco

dengan pengadaan tempat sampah demi menjaga kelestarian dan keindahan Danau Kaco, dengan begitu kepuasan wisatawan dapat ditingkatkan.

3. Harga objek wisata Danau Kaco sudah cukup baik, namun masih ada yang perlu ditingkatkan pada indikator syarat pembayaran dengan nilai rata-rata dan TCR terendah, maka dapat ditingkatkan dengan cara mempermudah wisatawan dalam melakukan pembayaran biaya masuk, menambah pengelola objek wisata dengan menyediakan lahan parkir yang lebih layak dan menyediakan tempat khusus pembayaran dilakukan supaya wisatawan tidak bingung dalam mencari-cari tempat pembayaran dan akan lebih mudah dilakukan.
4. Kepuasan wisatawan termasuk dalam kategori cukup baik dengan rata-rata variable sebesar 3,92 dan TCR sebesar 78,4%. Maka dari itu pengelola tempat wisata Danau Kaco Kabupaten Kerinci perlu mempertahankan bahkan jika perlu meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan, kualitas produk yang disediakan dan penetapan harga agar lebih sesuai yang mampu merangsang kepuasan para wisatawan yang datang berkunjung karena besar pengaruh dari variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan wisatawan mencapai 59,2%.

5. REFERENSI

Sujah, 1989. Geografi Pariwisata dan Kepariwisata. Fakultas Geografi UGM. Yogyakarta

A.F Stoner, James dan Edward Freeman (eds), Manajemen Jäid I, terj. Alexander Sindoro, Jakarta: PT Prhallindo, 1996.

- Appley A, Lawrence, Lee, Oey, Liang 2010. Pengantar Manajemen. Jakarta: Salemba Empat
- Cullen, Gordon. 1976. The Concise Townscape. Van Nostrand Reinhold Co. : Michigan
- Philip Kotler. 1980. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Dharmesta, B.S. dan Handoko, T.H. 1982. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Liberty : Yogyakarta
- Stanton, William J. 2003. Prinsip Pemasaran (terjemahan). Edisi 7, jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Basu Swastha. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. (edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty- Yogyakarta
- Buchari Alma, 2010, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa". Bandung : Alfabeta
- Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Gampo Haryono, ayustekasari, 2019. Manajemen pemasaran. serangbanten: CV. AA. RIZKY
- Kotler, Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua kelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Zeithaml, Valerie A and Bitner. (2000). Service Marketing 2nd edition : Integrating Customer Focus. New York. McGraw-Hill Inc.
- Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Irawan, H. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Flex Media Komputindo.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston.
- Fandy Tjiptono, 2004, Strategi Pemasaran, edisi kedua, Andi, Yogyakarta.
- Hardiansyah .2011. Kualitas Pelayanan Publik. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Tias Windarti, Mariaty Ibrahim. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau
- Swastha, Basu. 2010. Manajemen Perjualan: Pelaksanaan Perjualan, BPFE- Yogyakarta.

- Alma, B. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Ida Ayu Inten Surya Utami, I Made Jatra(2015) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur
- Sutoyo, Anwar. 2007. Bimbingan dan Konseling Islami (teori dan praktik). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugiyono, 2001. Metode Penelitian, Bandung: CV Alfabeta.
- Singurimbun, M dan Efendi. 1995, Metode Penelitian Survey, Jakarta : PT. Pustaka LP3ES.
- Armstrong, dan Kotler 2003, Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sitirjak, Tumpal JR & Sugiarto. 2006. LISREL. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, S. 2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Metodologi Penelitian. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Sitirjak, Tumpal JR & Sugiarto. 2006. LISREL. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mukhtar. 2013. Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta : GP Press Group
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta

PENGARUH *RETURN ON ASSETS*, *RETURN ON EQUITY*, DAN *DIVIDEND PAYOUT RATIO* TERHADAP HARGA SAHAM PADA PT. KALBE FARMA, TBK
PERIODE 2009-2018

Rina Utari

Email : rinautari18@gmail.com

Ida Yusnita., S.E. M.M
Maryanto., S.E. M.S.Ak.

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRACT

One of the goals of managing finances is to increase the prosperity of shareholders purchased from the company's stock price. There are many factors that affect stock prices, in this study the factors used are Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), and Dividend Payout Ratio (DPR).

In this study the company that was examined was PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018. This study aims to find out partially and simultaneously the influence of Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), and Dividend Payout Ratio (DPR) on Stock Price in PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018. Researchers use quantitative research methods. The type of data used is secondary data. Data collection techniques are library research and web searching. With data analysis techniques using multiple linear regression analysis and hypothesis testing using SPSS version 20.

The results showed that RETURN ON ASSETS (ROA) had a negative effect and did not have a significant effect on Stock Prices, Return On Equity (ROE) had a negative effect and had no significant effect on Stock Prices, Dividend Payout Ratio (DPR) had a positive effect and had no significant effect on Stock Prices. Simultaneously Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), and Dividend Payout Ratio (DPR) have no effect on the Stock Price $Y = 3.840 - 0.442 ROA - 0.104 ROE + 0.041 DPR$. While the coefficient of determination is 1.7% while the remaining 98.3% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords : *Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Dividend Payout Ratio (DPR) and Stock Prices.*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Setiap Perusahaan pasti menginginkan laba yang besar dan dapat beroperasi dengan lancar secara terus-menerus agar dapat ikut bersaing dalam pasar modal, dimana dengan keikutsertaan suatu perusahaan dalam pasar modal akan memperkuat

modal perusahaan itu sendiri. pasar modal adalah tempat dimana berbagai pihak khususnya perusahaan menjual saham dan obligasi. Salah satu bidang investasi yang cukup menarik namun mempunyai resiko yang tinggi adalah investasi saham.

Brigham dan Houston (2010:7) berpendapat bahwa harga saham menentukan kekayaan pemegang saham.

maksimalisasi kekayaan pemegang saham diterjemahkan menjadi memaksimalkan harga saham perusahaan harga saham pada suatu waktu tertentu akan tergantung pada arus yang dihadapkan diterima di masa depan oleh investor rata-rata jika investor membeli saham. Dalam teori ekonomi, naik turunnya harga saham merupakan sesuatu yang sering terjadi karena hal itu digerakkan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Jika permintaan tinggi maka harga saham akan naik, sebaliknya jika penawaran tinggi harga akan turun. Naik turunnya harga saham dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal

Rasio profitabilitas menurut Brigham dan Houston (2010:146) yaitu sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh *likuiditas*, manajemen aset, dan utang pada hasil operasi. *Return on assets* merupakan salah satu dari rasio profitabilitas. Brigham dan Houston (2010:148) mendefinisikan bahwa *return on assets* adalah rasio laba bersih terhadap total aset yang mengukur pengembalian atas total aset. Turunnya laba bersih biasanya dipengaruhi oleh harga pokok penjualan, naiknya biaya usaha, naiknya biaya non operasional, jumlah hutang yang besar dan beban bunga yang tinggi. Aktiva (aset) yaitu segala sesuatu yang perusahaan miliki. Kewajiban (hutang), serta ekuitas (modal) bisa dikatakan sebagai segala sesuatu yang perusahaan lakukan untuk mendapatkan atau membiayai aset. Total aktiva mengalami kenaikan hal ini bisa terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya ialah naiknya ekuitas (modal) perusahaan.

Dalam rasio profitabilitas juga terdapat *return on equity* dimana apabila *return on equity* pada perusahaan turun maka investor pun akan mengurungkan niatnya untuk membeli saham tersebut sehingga menyebabkan permintaan saham pada perusahaan menjadi turun dan harga sahamnya pun mengalami penurunan. Brigham dan Houston (2010:149)

mendefinisikan bahwa *return on equity* adalah rasio yang paling utama digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham biasa atau pemilik perusahaan. Dan dengan memperkirakan sejumlah ekuitas yang akan dimiliki maka perusahaan dapat memperhitungkan jumlah aset yang harus dimiliki untuk dapat menjalankan operasional investasi atau bisnis tersebut dan tetap memberikan pengembalian modal dan keuntungan sehingga modal akan terus bertambah dalam proses perputaran bisnis.

Rasio nilai pasar menurut Fahmi (2016:82) yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Salah satu bagian dari rasio ini ialah *dividend payout ratio*. Dimana Fahmi (2016:84) mendefinisikan bahwa *dividend payout ratio* adalah rasio pembayaran yang membandingkan antara dividen per saham dengan laba per saham. *Dividend per share* merupakan keuntungan yang dibagikan oleh perusahaan kepada pemegang saham, naik turunnya *dividend per share* salah satunya dipengaruhi oleh laba bersih perusahaan. Dan setiap perubahan laba bersih maupun jumlah lembar saham biasa yang beredar dapat mengakibatkan perubahan laba per saham (EPS). Bagi suatu badan usaha nilai *earning per share* akan meningkat apabila presentase kenaikan laba bersihnya lebih besar daripada presentase kenaikan jumlah lembar saham biasa yang beredar, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi yang akan di tuangkan dalam usaha penelitian yang berjudul "Pengaruh *Return On Assets*, *Return On Equity*, dan *Dividend Payout Ratio* terhadap Harga

Kalbe Farma, Tbk periode 2009-2018 yang diambil dan diolah kembali, serta banyak buku yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

1. *library research*

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data beberapa buku terkait. Selain itu penulis juga mendapatkan beberapa sumber data yang berasal dari penelitian sebelumnya.

2. *Web Searching*

Data yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari beberapa artikel-artikel, jurnal, laporan keuangan dan lainnya yang berhubungan dengan materi penulisan ilmiah ini di internet.

Metode Analisis

1. Metode Deskriptif Kuantitatif

Yaitu metode yang menggunakan analisis statistik induktif yang terdiri dari regresi, koefisien determinasi, uji statistik t, dan uji statistik F.

2. Metode Deskriptif kualitatif

Yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data keuangan yang ada di dalam perusahaan dengan cara menggunakan teori atau konsep sebagai acuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.5
Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,840	2,624		1,463	,194
ROA	-,442	4,861	-,127	-,091	,923
ROE	-,104	3,244	-,036	-,032	,975
DPR	,041	,441	,067	,094	,928

a. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Dari tabel 4.5 di atas dapat diperoleh model persamaan regresi berganda

$$Y = 3,840 - 0,442 X_1 - 0,104 X_2 + 0,041 X_3$$

Keterangan :

1. Nilai konstanta adalah 3,840 artinya jika *Return On Assets* (ROA) = 0, *Return On Equity* (ROE) = 0, dan *Dividend Payout Ratio* (DPR) = 0 maka harga saham sebesar Rp. 3,840.
2. Nilai koefisien *Return On Assets* (ROA) adalah -0,442 artinya setiap kenaikan *Return On Assets* (ROA) sebesar 1% akan menurunkan harga saham sebesar Rp. 0,442 /lembar saham dengan asumsi variabel lain adalah tetap.
3. Nilai koefisien *Return On Equity* (ROE) adalah -0,104 artinya setiap kenaikan *Return On Equity* (ROE) sebesar 1% akan menurunkan harga saham sebesar Rp. 0,104 /lembar saham dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Nilai koefisien *Dividend Payout Ratio* (DPR) adalah 0,041 artinya setiap kenaikan *Dividend Payout Ratio* (DPR) sebesar 1% akan menaikkan harga saham sebesar Rp. 0,041 /lembar saham dengan asumsi variabel lain tetap.

Koefisien Determinasi

Tabel 4.6
Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,132 ^a	,017	-,474	,211308

a. Predictors: (Constant), DPR, ROE, ROA

Menurut Riduwan (2010:228) koefisien determinasi atau *R Square*

digunakan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y. Besarnya *R Square* (determinasi) adalah 0,017 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,132). Dengan demikian besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel *Return On Assets*, *Return On Equity*, dan *Dividend Payout Ratio* Terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018 adalah sebesar 1,7% ($0,017 \times 100\%$). Sedangkan sisanya ($100\% - 1,7\%$) sebesar 98,3% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji t (Secara Parsial)

Tabel 4.7
Hasil Perhitungan Uji t

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error			
(Constant)	3,840	2,624		1,463	,194
ROA	-,442	4,861	-,127	-,001	,931
ROE	-,104	3,244	-,036	-,032	,975
DPR	,041	,441	,067	,004	,928

a. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Dengan tingkat kesalahan 5% dan jumlah data 10, dengan melakukan uji dua arah, maka didapatkan t_{tabel} adalah $df = n - k$ ($10 - 4 = 6$), sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2,44691$, dengan hasil sebagai berikut:

1. Return On Assets (ROA)

Berdasarkan tabel 4.7 bahwa, *Return On Assets* (ROA) diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-0,091 < -2,44691$ dan nilai signifikan $0,931 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan

antara *Return On Assets* Terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018.

2. Return On Equity (ROE)

Berdasarkan tabel 4.7 bahwa, *Return On Equity* (ROE) diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-0,032 < -2,44691$ dan nilai signifikan $0,975 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Return On Equity* Terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018.

3. Dividen Payout Ratio (DPR)

Berdasarkan tabel 4.7 bahwa, *Dividen Payout Ratio* (DPR) diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,094 < 2,44691$ dan nilai signifikan $0,928 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Dividen Payout Ratio* Terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018.

Uji F (Secara Simultan)

Tabel 4.8
Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	,005	3	,002	,035	,990 ^b
Residual	,268	6	,045		
Total	,273	9			

a. Dependent Variable: HARGA SAHAM

b. Predictors: (Constant), DPR, ROE, ROA

Dari tabel 4.8 di atas dapat diketahui nilai F_{hitung} variabel *Return On Assets*, *Return On Equity*, dan *Dividend Payout Ratio* diperoleh sebesar 0,035 dan nilai F_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan $df_1 = k - 1$ ($4 - 1 = 3$) dan $df_2 = n - k$ ($10 - 4 = 6$) diperoleh hasil sebesar 4,76 maka $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $0,035 < 4,76$ dan nilai signifikan sebesar 0,990 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang

signifikan antara *Return On Assets*, *Return On Equity*, dan *Dividend Payout Ratio* Terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018.

Pembahasan

1. Pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap Harga Saham Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018

Dari hasil penelitian *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018 ini dibuktikan dengan t hitung $<$ t tabel atau $-0,091 < -2,44691$ dan nilai signifikan antara $0,931 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hal ini bertolak belakang dengan teori Brigham dan Houston (2010:148) mengatakan bahwa jika memperoleh *return on assets* lebih tinggi dari rata-rata industri, maka perusahaan dianggap baik karena memperoleh tingkat pengembalian yang lebih tinggi atas aset yang diinvestasikan dan sebaliknya. Dengan begitu investor akan semakin tertarik untuk menanamkan saham pada perusahaan karena tingkat pengembalian *return on assets* yang tinggi sehingga harga saham perusahaan pun meningkat. Namun hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu oleh Karina Fauziah, Darminto, R. Rustam Hidayat (2014) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh *Dividend Per Share*, *Return On Asset* dan *Debt To Equity Ratio* terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan *Property, Real Estate And Building Contruction* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). Dengan hasil penelitian bahwa nilai *Return On Asset* (t -statistic) sebesar t hitung $<$ t tabel atau $-1,032 < 2,023$ dengan signifikan $0,309 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *Return On Asset* tidak berpengaruh terhadap Harga Saham. Dan didukung oleh penelitian lainnya yaitu

hasil penelitian terdahulu oleh Neneng Tita Amalya (2018) dalam penelitian yang berjudul pengaruh *Return On Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin* dan *Debt To Equity Ratio* terhadap Harga Saham. Hasil penelitian bahwa nilai *Return On Asset* (t -statistic) sebesar t hitung $<$ t tabel atau $0,332 < 2,004$ dan nilai signifikan $0,741 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *Return On Assets* tidak berpengaruh terhadap Harga Saham.

Faktor yang menyebabkan *return on assets* tidak berpengaruh terhadap harga saham dapat dideskripsikan bahwa karakteristik *return on assets* dan harga saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk periode 2009-2018 tidak menunjukkan trend yang linear dan kecenderungan yang terjadi ialah trend yang fluktuatif. Kecenderungan yang fluktuatif ini bisa terjadi karena laba bersih yang dihasilkan tidak sebanding dengan jumlah asset/aktiva perusahaan. Hal ini juga bisa terjadi karena disebabkan investor yang tidak hanya melihat kemampuan dari dalam perusahaan saat menghasilkan keuntungan tetapi juga melihat resiko dari luar perusahaan misalkan politik, inflasi, kenaikan tarif, hingga perubahan kebijakan ekonomi. Subramanyam dan Halsey (2010:65) mengatakan bahwa kelemahan dari *return on assets* yaitu manajemen cenderung fokus pada tujuan jangka pendek bukan pada tujuan jangka panjang. Sehingga cenderung mengambil keputusan jangka pendek yang lebih menguntungkan tetapi berakibat negatif dalam jangka panjang. Maka hal inilah yang membuat investor tidak bisa melihat prospek kedepannya perusahaan sehingga membuat investor tidak tertarik atau enggan untuk berinvestasi.

2. Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap Harga Saham Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018

Dari hasil penelitian *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018 ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-0,032 < -2,44691$ dan nilai signifikan $0,975 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hal ini bertolak belakang dengan teori Kasmir (2011:196) dimana semakin besar *return on equity* perusahaan dapat dikatakan mampu menggunakan modal dari pemegang saham secara efektif dan efisien untuk memperoleh laba, dengan meningkatnya laba bersih maka akan meningkatnya nilai *return on equity* sehingga investor tertarik untuk menanamkan modal ke perusahaan yang berimbas pada kenaikan harga saham. Namun hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu Neneng, Tita Amalya (2018) dalam penelitian yang berjudul pengaruh *Return On Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin* dan *Debt To Equity Ratio* terhadap Harga Saham. Dengan hasil penelitian bahwa nilai *Return On Equity* (*t-statistic*) sebesar $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,093 < 2,004$ dan nilai signifikan $0,927 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap Harga Saham.

Return on equity memiliki hubungan yang negatif terhadap harga saham yang artinya disaat ROE meningkat maka harga saham akan turun. Bagi investor PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018 bahwa *return on equity* bukanlah salah satu faktor yang menentukan keputusan untuk berinvestasi. Investor masih menganggap bahwa *capital gain* dan dividen merupakan hal menarik untuk berinvestasi.

Brigham dan Houston (2010:163) mengatakan bahwa ada beberapa masalah dengan *return on equity* pertama, *return on equity* tidak mempertimbangkan resiko

jika pemegang saham jelas-jelas memikirkan pengembalian, mereka juga memikirkan resikonya. Kedua, *return on equity* tidak memikirkan jumlah modal yang telah diinvestasikan ke perusahaan. Masalah inilah yang membuat *return on equity* tidak berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

3. Pengaruh *Dividend Payout Ratio* terhadap Harga Saham Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018

Dari hasil penelitian *Dividend Payout Ratio* (DPR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018 ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,094 < 2,44691$ dan nilai signifikan $0,928 = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hal ini bertolak belakang dengan teori Rudianto (2012:290) bahwa dividen adalah bagian laba usaha yang diperoleh perusahaan dan diberikan oleh perusahaan kepada pemegang sahamnya sebagai imbalan atas kesediaan mereka menanamkan hartanya dalam perusahaan. Hal ini tentunya akan dapat dijadikan sebagai salah satu indikator bagi seorang investor untuk membeli saham perusahaan karena pada umumnya investor menginginkan dividen yang besar, maka para investor cenderung akan memilih perusahaan yang memiliki tingkat rasio pembayaran dividen yang tinggi pula. Tingginya akan permintaan saham perusahaan akan berdampak pada naiknya harga saham perusahaan.

Dan hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu I Gede Oka Wijaya, Anak Agung Gede Suarjaya (2017) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh Pengaruh *Economic Value Added*, *Return On Equity*, dan *Dividend Payout Ratio* terhadap Harga Saham. Berdasarkan hasil uji t , diketahui bahwa DPR memiliki taraf signifikansi 0,039 dan koefisien regresi dengan tanda negatif sebesar 0,045. Maka dapat disimpulkan

bahwa DPR tidak berpengaruh terhadap harga saham, sehingga hipotesis ketiga ditolak.

Besar kecilnya pembagian *dividend payout ratio* tidak berpengaruh terhadap harga saham sehingga tidak mempengaruhi tingkat keuntungan yang disyaratkan oleh investor. Teori ini sesuai dengan teori kebijakan *dividend* yaitu *Information Content Hypotesis*. Sartono (2010:282) mengatakan bahwa *Information Content Hypotesis* yaitu kenyataan bahwa manajer cenderung memiliki informasi yang lebih baik tentang prospek perusahaan dibandingkan dengan investor atau pemegang saham, akibatnya investor menilai bahwa *capital gain* lebih berisiko dibanding dengan *dividen* dalam bentuk kas. Berkesimpulan bahwa reaksi investor terhadap perubahan *dividen* bukan berarti sebagai indikasi bahwa investor lebih menyukai *dividen* dibandingkan dengan *laba ditahan*.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian di atas dan analisis bab-bab terdahulu dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Return On Assets* (ROA) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018. Ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,091 < -2,44691$). Dan besarnya pengaruh hanya -0,442 saja.
2. *Return On Equity* (ROE) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018. Ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,032 < -2,44691$). Dan besarnya pengaruh hanya -0,104 saja.
3. *Dividend Payout Ratio* (DPR) secara parsial tidak berpengaruh signifikan Terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018. Ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$

($0,094 < 2,44691$). Dan besarnya pengaruh hanya 0,041 saja

4. *Return On Assats* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Dividend Payout Ratio* (DPR) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018. Ini dibuktikan dengan maka $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $0,035 < 4,76$.
5. Besarnya pengaruh *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Dividend Payout Ratio* (DPR) Terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2018 adalah sebesar 1,7% sedangkan sisanya 98,3% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini saran yang dapat penulis berikan kepada pembaca yaitu:

1. Bagi emiten manajemen perusahaan hendaknya lebih mempertimbangkan lagi *return on assets*, *return on equity*, dan *dividen payout ratio* dalam pengambilan keputusan untuk menentukan harga saham perusahaan, sehingga perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor rasio keuangan atau non keuangan lainnya seperti *net profit margin*, *total assets turnover*, *dividend per share*, *inventory turnover* serta variabel makro ekonomi (tingkat suku bunga, kurs rupiah, dan lainnya).
2. Bagi Investor yang ingin menanamkan modalnya yang berupa saham pada suatu perusahaan dapat melihat rasio keuangan seperti *return on assets*, *return on equity*, dan *dividen payout ratio* dan informasi laporan keuangan lainnya karena rasio keuangan merupakan indikator yang penting bagi para pemegang saham atau calon investor.

3. Bagi manajemen perusahaan agar lebih meningkatkan kinerja keuangannya meskipun kinerja keuangan perusahaan bisa dikatakan baik, tetapi perlu terus dipertahankan serta ditingkatkan kualitasnya, terutama kinerja keuangan yang dapat lebih kompetitif dimasa-masa yang akan datang.
4. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yakni hanya menggunakan satu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian. Penelitian yang akan datang diharapkan agar menambah pengamatan jenis industri atau karakteristik perusahaan bisa lebih menyeluruh sehingga jumlah sampel akan lebih banyak, serta menambah periode pengambilan sampel dapat dilakukan lebih lama sehingga diharapkan akan menambah hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Pressindo.
- Alfian Phaksy Paruntas, Mohamad Rafki Nazar, dan Djuhinimar Zultilisna. 2018. *Pengaruh Net Profit Margin, Return On Equity, dan Earning Per Share terhadap Harga Saham Study Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. F-Proceeding Of Management. Vol 5. No. 1.
- Amalya, Neneng Tita. 2018. *Pengaruh Return On Asset, Return On Equity, Net Profit Margin Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Sekuritas. Vol.1. No.3.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Athoilah, Anton. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Cv. Pustaka Setia.
- Aziz, Anton Mulyono dan Irjayanti, Maya. 2014. *Manajemen*. Bandung. Mardika.
- Brigham dan Houston. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Buku 1 (Edisi 11)*. Jakarta : Salemba Empat.
- _____. 2010. *Dasar Manajemen Keuangan (Essentials Of Financial Management)*. Edisi ke-11. Jakarta. Salemba Empat.
- _____. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. 2018. idx.co.id. Jakarta 12190, Indonesia. Available Online at <https://www.idx.co.id>.
- _____. kalbe.co.id. Putih, Jakarta 10510, Indonesia. Available online at <https://www.kalbe.co.id>
- Darmadji, Tjiptono, dan Fakhruddin. 2011. *Pasar Modal Di Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta : Salemba Empat.
- _____. 2012. *Pasar Modal Di Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta : Salemba Empat.
- Eduardus, Tandililin. 2010. *Portefolio dan Investasi*. Yogyakarta : Konisius.
- Fahmi, Irham. 2011. *Analisa Laporan Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Manajemen Kinerja, Teori dan Aplikasinya*. Bandung. Alfabeta.
- Fayol, Henry. 2010. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT. Elex Media.

- Gitman, Lawrence J and Chad J. Zutter. 2015. *Principle Of Managerial Finance, Fourteenth edition*. Singapore: Pearson Education.
- Hadi, Nor. 2013. *Pasar Modal (Acuan Teoritis dan Praktis Investasi di Instrumen Keuangan Pasar Modal)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hanafi, Mahdud dan Abdul Halim. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: (UPP) STIM YKPM.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2010. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada.
- _____. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada.
- Harjito, Agus dan Martono. 2011. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua, Cetakan Pertama. Yogyakarta. Ekonisia.
- Harmono. 2015. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan, Teori, Kasus dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- _____. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Horne, James C. Van dan John M Wachowicz. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan (Edisi 13)*. Jakarta : Salemba Empat.
- I Gede Oka Wijaya dan Anak Agung Gede Suarjaya. 2017. Pengaruh EVA, ROE, dan DPR Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 9.
- Jones. Charles P. 2014. *Investment Principles and Concepts, Twelfth Edition*. Singapura ; John Wiley and Singapore Pte. Ltd
- Karina Fauziah, Darminto, dan R.Rustam Hidayat. 2014. *Pengaruh Dividend Per Share, Return On Asset, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham Studi Pada Perusahaan Property, Real Estate, And Building Contruction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 11 no.1.
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- _____. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- _____. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- _____. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Lilis, Sulastri. 2014. *Manajemen Sebuah Pengantar Sejarah, Tokoh, Teori, dan Praktik*. Bandung: La Good Publishing.
- Munawir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Murhadi, Werner R. 2013. *Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan. 2010. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung, Alfabeta.
- Riyanto, Bambang. 2010. *Dasar-Dasar pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta:

- BPFE.
 _____ 2011. *Dasar-Dasar pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Rivai, Veitzal. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Robbin, S. & Coulter, M. 2012. *Management, Elevent Edition*. Prentive Hall. New Jersey. Alamat: http://leadingandifollowing.com/document/CX_AQPParticipantManual.pdf.
- Rulianto. 2012. *Pengantar Akuntansi Konsep dan Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Jakarta, Erlangga.
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta. BPFE.
- _____ 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta. BPFE.
- _____ 2015. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: BPFE.
- Silalahi, Ulber. 2011. *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Refika Aditama.
- Suad, Husnan dan Enny Pudjiastuti. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan (Edisi Keenam)*. Yogyakarta. UPP. AMD YKPN.
- Subramanyam dan Halsey. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Perpajakan Indonesia, Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Jakarta. Damar Mulia Pastaka.
- Takarini, Nurjanti dan Hanidah Hendrarini. 2011. *Rasio Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index*. Journal Of Bussiness And Banking Vol 1. No. 2, Vovember 2011.
- Tampubolon, Manahan P. 2013. *Manajemen Keuangan*. Jakarta, Mitra Wacana Media.
- Tandelilin Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Voi.Co.Id. 2019. Indonesia. Available online at <https://voi.co.id/manajemen/>
- Wibowo. 2011. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widiatmodjo, Sawidji. 2012. *Cara Sehat Investasi di Pasar Modal*. Jakarta. PT. Alek Media Komputindo

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JHONIA KARAOKE DI SUNGAI PENUH

MIRA ARTIKA

Gampo Haryono, S.E., MM
Ayu Esteka Sari, S.E., MM

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

Abstract

The purpose of this study is to determine Effect of Service Quality, Location and Facilities on Purchasing Decisions on Jhonia Karaoke on Sungai Penuh. Population, namely all consumers at Jhonia Karaoke in Sungai Penuh whose numbers are unknown. The sampling method used in this study is probability sampling using accidental sampling technique with the number of sample members in this study 40 respondents. The results of the study : There is a significant influence of Service Quality on purchasing decisions at Jhonia Karaoke in Sungai Penuh, this is evidenced by $t_{arithmatic} > t$ table ($5.255 > 2.02809$) and with a significance value = $0.000 < 0.050$. There is a significant influence of Location on purchasing decisions at Jhonia Karaoke on Sungai Penuh, this is evidenced by $t_{arithmatic} > t$ table ($2.530 > 2.02809$) and with a significance value = $0.016 < 0.050$. There is a significant effect of the Facility on purchasing decisions at Jhonia Karaoke on Sungai Penuh, this is evidenced by $t_{arithmatic} > t$ table ($2.30 > 2.02809$) and with a significance value = $0.019 < 0.050$. While Simultaneously there is a significant influence between Service Quality, Location and Facilities on purchasing decisions at Jhonia Karaoke on Sungai Penuh can be proven by $F_{arithmatic} > F$ table ($F_{arithmatic} > F$ table ($19.573 > 2.87$) and with a significance value = $0.000 < 0.05$). The magnitude of the effect of the variable Service Quality on purchasing decisions at Jhonia Karaoke in Sungai Penuh is 40.17%. The magnitude of the influence of location variables on purchasing decisions at Jhonia Karaoke in Sungai Penuh is 10.99%. The magnitude of the effect of Facility variables on purchasing decisions at Jhonia Karaoke on Sungai Penuh is 10.62%. While the magnitude of the effect of Service Quality, Location and Facilities on purchasing decisions at Jhonia Karaoke on Sungai Penuh simultaneously is 62% while the remaining 38% is explained by other causative factors not examined in this study.

Keywords: Service Quality, Location, Facilities, Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini industri permusikan mengalami peningkatan yang sangat drastis. Banyak dari kalangan masyarakat pun mulai gemar menikmati musik. Mulai genre anak-anak hingga yang bergenre rock n roll pun mendapatkan posisi di hati masyarakat. Hobi mendengarkan musik dan hobi bernyanyi inilah yang dibidik oleh penyanyi dan industri permusikan di Indonesia. Maka, sangat wajar apabila peluang bisnis seputar

musik pun mulai banyak dibuka. Contohnya adalah bisnis karaoke.

Salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat di Indonesia saat ini adalah pada sektor industri hiburan. Berbagai tempat hiburan di daerah perkotaan terus bertambah, mulai dari tempat hiburan yang hanya dinikmati oleh golongan-golongan tertentu, hingga tempat hiburan yang dapat dinikmati semua golongan. Setiap tempat hiburan memiliki daya tarik tersendiri dan memiliki penikmatnya masing-masing. Salah satu

industri hiburan yang terus berkembang seiring perkembangan zaman adalah bisnis karaoke. Bisnis karaoke kini menjadi salah satu usaha yang cukup menjanjikan. Pasalnya, tidak sedikit orang yang memilih untuk menghilangkan penat dengan karaoke bersama teman-teman.

Peluang usaha karaoke memang menggiurkan, baik itu yang ada di kota-kota kecil hingga kota metropolitan. Kunci sukses kesuksesan karaoke ini adalah fasilitas tempat yang nyaman. Selain itu, pengunjung pun akan dimanjakan dengan banyaknya makanan dan minuman yang bisa dibeli tanpa harus keluar tempat karaoke. Dengan pelayanan ini maka konsumen bisa lebih nyaman berkaraoke.

Menurut Berman & Evans (2010:113) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang meliputi : Lokasi, *Merchandise*, Harga, Pelayanan dan Fasilitas. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah keadaan konsumen itu sendiri. Situasi konsumen merupakan peristiwa yang relatif jangka pendek dan terdiri dari faktor lingkungan sementara yang membentuk konteks dalam suatu kegiatan konsumen, yang terjadi pada tempat dan waktu tertentu. Salah satu jenis situasi konsumen adalah lingkungan fisik. Lingkungan fisik (*physical environment*) merupakan aspek fisik dan tempat yang konkrit dari lingkungan yang meliputi suatu kegiatan konsumen. *Stimuli* seperti warna, suara, penerangan, cuaca, dan susunan ruang orang atau benda dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lingkungan fisik mempengaruhi persepsi konsumen melalui mekanisme sensor penglihatan, pendengaran, penciuman, dan bahkan sentuhan (Mowen & Minor, 2012:134).

Menurut Berman & Evans (2010:110) keputusan pembelian adalah suatu proses di mana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen

selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli. Keputusan pembelian adalah proses interaksi antara sikap afektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya.

Sebuah proses pembelian tidak berakhir dengan transaksi pembelian saja, dalam perilaku purna jual konsumen merasakan adanya kepuasan atau tidak adanya kepuasan pembelian, ini mempengaruhi pembelian selanjutnya, mengetahui perilaku konsumen memang bukan hal yang mudah, tetapi dapat menguntungkan pihak pengusaha. Tahap tahap proses pengambilan keputusan pembelian ini adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, lalu perilaku pasca pembelian.

Fenomena pada keputusan pembelian di Jhonia Karaoke Sungai Peruh adalah timbulnya persaingan yang semakin ketat, baik dalam hal mutu pelayanan hiburan maupun keunggulan produk yang diberikan, seperti agak sulit melakukan pemesanan ruangan serta segala fasilitas yang diberikan untuk konsumen sehingga dapat memberikan rasa kurang puas dan tidak nyaman untuk berkaraoke. Maka hal tersebut dapat menurunkan keputusan pembelian oleh konsumen, dan konsumen akan pergi ketempat pesaing yang lain.

Menurut Tjiptono (2010:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa memiliki peran yang sangat penting karena dalam penjualan jasa hal yang utama menjadi pusat perhatian konsumen adalah pelayanan, dimana pelayanan yang baik akan memperoleh pelanggan yang banyak pula. Kualitas pelayanan menjadi ujung tombak suksesnya suatu perusahaan jasa.

Sehingga Pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut. Ciri-ciri dalam penentuan kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2010:60) antara lain ketepatan waktu pelayanan yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses, akurasi pelayanan yang meliputi bebas dari kesalahan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, kemudahan mendapatkan pelayanan misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung pelayanan, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain, atribut pendukung pelayanan seperti ruang tunggu ber-AC, kebersihan dan lain-lain.

Dari pengamatan penulis maka dapat fenomena mengenai kualitas pelayanan adalah Kualitas pelayanan belum bisa memberikan pelayanan yang maksimal, dengan masih adanya konsumen yang mengeluh terhadap pelayanan yang diberikan oleh Jhonia Karaoke seperti kurang cekitannya karyawan dalam menangani keluhan konsumen.

Fakta lain yang ikut berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah lokasi. Menurut Tjiptono (2010:37) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Lokasi yang nyaman, aman, bersih, ramai dan mudah dijangkau, merupakan beberapa kriteria yang diminati oleh banyak konsumen. Lokasi yang tepat menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial. Salah memilih lokasi dapat berakibat fatal bagi perusahaan. Perusahaan harus menyadari sebelum konsumen mengambil suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk/jasa. Konsumen akan sangat memperimbangan faktor lokasi yang sesuai, maka untuk itu para pelaku

bisnis harus mempertimbangkan hal-hal strategis dalam penentuan lokasi. Karena lokasi yang strategis berkaitan dengan minat beli konsumen dan pembelian ulang dari konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.

Dari pengamatan penulis maka dapat diidentifikasi masalah fenomena dari lokasi adalah Lokasi dari Jhonia Karaoke Sungai Penuh kurang luas dan tempat parkir masih belum tertata dengan rapi sehingga ketika pengunjung ramai mengakibatkan tidak ada tempat untuk memarkir kendaraan.

Fakta lain yang ikut berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah fasilitas. Menurut Nirwana (2014:47) fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaiannya. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dinikmati pelanggan.

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen, fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersilat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas

merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja.

Jhonia Karaoke adalah salah satu merek yang dikenal oleh masyarakat di Kota Sungai Penuh. Jhonia Karaoke adalah salah satu bisnis karaoke keluarga yang sudah lama berkembang di di Kota Sungai Penuh. Salah satu tempat karaoke di Kota Sungai Penuh adalah Jhonia Karaoke yang berlokasi di Yos Sudarso. Lokasi ini begitu strategis, berada di pusat Kota Sungai Penuh, beroperasi setiap hari. Fasilitas yang disediakan oleh persediaan lagu lagu yang selalu mengikuti perkembangan dan terbaru selalu di update. Lagu daerah banyak yang tidak ada di dalam daftar lagu, kualitas mix nya bagus, suara nya terdengar jelas, ruangan tidak ada pemisah, boleh merokok didalam ruangan meskipun ruangan nya punya AC, tempat parkir luas, Pada ruangan vip konsumen bisa berjumlah 16 orang dan tersedia toilet didalam nya, sedang kan ruangan biasa tidak mempunyai toilet dan hanya cukup untuk 5 atau 6 orang.

Dari pengamatan penulis maka dapat diidentifikasi masalah fenomena dari fasilitas dalah : Fasilitas yang disediakan belum bisa memberikan suasana yang nyaman bagi konsumen yaitu pada penataan kursi dan perabotan di ruangan karaoke yang masih terkesan berantakan dan pengahayaan dari lampu didalam ruangan karaoke yang kurang baik. Jumlah kursi di ruang tunggu yang relatif lebih sedikit daripada jumlah pelanggan yang menunggu sehingga diwaktu pengunjung ramai mengakibatkan adanya konsumen yang berdiri.

Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh".

Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada

Jhonia Karaoke di Sungai Penuh baik secara parsial dan simultan?

2. Seberapa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh baik secara parsial dan simultan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh baik secara parsial dan simultan.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh baik secara parsial dan simultan.

2. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausalitas yang tergolong kepada penelitian kuantitatif. Penelitian kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk memaparkan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya, yaitu menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, fasilitas terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2019.

Populasi dan Sampel

1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2013:60) Populasi adalah wilayah generalisasi subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan dalam penelitian dan sampel adalah sebagian dari jumlah populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun jumlah populasi, yaitu seluruh konsumen pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh yang jumlahnya tidak diketahui.

2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2013:62) sampel adalah sebagian dari jumlah

populasi dan karakteristik yang di miliki oleh populasi. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan teknik *sampling accidental* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dibandingkan orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel yang digunakan berpedoman dengan pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2017) menyatakan Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan Multivariate (korrelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dikarennakan jumlah variabel pada penelitian ini adalah 4 variabel (Independen+dependen) maka jumlah anggota sampel pada penelitian ini menjadi $= 10 \times 4 = 40$.

3 Jenis Data

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.
2. Data sekunder, yaitu data dikumpulkan dengan mempelajari literatur-literatur serta laporan-laporan yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini data sekunder yang dipilih dari Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.

4 Sumber Data

1. Jhonia Karaoke di Sungai Penuh
2. Konsumen Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.

5 Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu dengan melakukan studi ke perpustakaan dengan mempelajari literatur-literatur dan penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti sebagai landasan teori dalam pembahasan.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yakni merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara turun langsung ke objek yang diteliti untuk mendapatkan data dengan cara

menyebarkan kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan memakai daftar pertanyaan yang dijawab oleh pihak Konsumen Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.

6. Defenisi Operasional

1. Keputusan pembelian
Keputusan Pembelian adalah suatu proses di mana konsumen Jhonia Karaoke di Sungai Penuh melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.
2. Kualitas pelayanan
Kualitas pelayanan merupakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen Jhonia Karaoke di Sungai Penuh serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.
3. Lokasi
Lokasi merupakan merupakan keputusan yang dibuat Jhonia Karaoke di Sungai Penuh dimana harus bertempat dan beroperasi.
4. Fasilitas
Fasilitas merupakan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan, memperlancar pelaksanaan usaha di Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.

Metode Analisis Data

1. Deskriptif Kualitatif
Metode deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat analisis yang meliputi suatu objek pada kondisi atau peristiwa sekarang, tujuan analisis ini untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan dengan teori, konsep-konsep yang ada pada literatur terkait.
2. Deskriptif Kuantitatif
Penelitian Kuantitatif adalah suatu analisis yang dilakukan dengan menggunakan analisis statistik

dengan menggunakan rumus-rumus di dalam pengolahan data yang ada.

Alat Analisa data

1 Analisis Deskriptif

Menghitung nilai TCR masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TCR = \frac{RS}{S} \times 100$$

2 Analisa Regresi Liner Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Model persamaan untuk analisa regresi berganda (Ridwan, 2012:99) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y	: Keputusan pembelian
X ₁	: Kualitas pelayanan
X ₂	: Lokasi
X ₃	: Fasilitas
b ₁	: Koefisien regresi (X ₁)
b ₂	: Koefisien regresi (X ₂)
b ₃	: Koefisien regresi (X ₃)
a	: Konstanta
e	: error

3 Koefisien Determinasi

1. Secara Simultan

Untuk mengetahui besar kecilnya Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh secara simultan dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi (Ridwan, 2012:101) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi
r = Koefisien Korelasi

2) Secara Parsial

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan

Pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh secara parsial. Menurut Ghazali (2007:175) dengan rumus sebagai berikut: KD = Beta Standardized Coefficients x Zero Order x 100%

4 Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*), dimana salah satu variabel independennya tetap dikendalikan. Sugiyono (2013:117) merumuskan uji t statistik sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Korelasi Parsial

n = Jumlah anggota sampel

Dengan kriteria:

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$: Hipotesa nol ditolak dan hipotesa alternatif diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (<i>independent</i>) terhadap variabel terikat (<i>dependent</i>).
$t_{hitung} < t_{tabel}$: Hipotesa nol diterima dan hipotesa alternatif ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (<i>independent</i>) terhadap variabel terikat (<i>dependent</i>).

2. Uji F (Simultan)

Menurut Sugiyono (2013:118) uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Rumusnya adalah :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

k = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah sampel

R^2 = Koefisien Determinasi
 F = F hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel

Untuk menguji signifikansi F_{hitung} dengan cara membandingkan besarnya F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%.

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $P_{value} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $P_{value} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda pada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1
Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	25,612	4,763	
	Kualitas Pelayanan	,235	,043	,573
	Lokasi	,194	,077	,263
	Fasilitas	,100	,041	,259

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel 1 di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 25,612 + 0,235 X_1 + 0,194 X_2 + 0,100 X_3$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah:

1. Nilai dari $a = 25,612$ artinya artinya jika variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh adalah sebesar 1,446.

2. Nilai dari $b_1 = + 0,235$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Kualitas Pelayanan adalah positif, semakin baik Kualitas Pelayanan, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh .
3. Nilai dari $b_2 = + 0,194$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Lokasi adalah positif, semakin baik Lokasi, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh .
4. Nilai dari $b_3 = + 0,100$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Fasilitas adalah positif, semakin baik Fasilitas maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh .

2 Koefisien Determinan

1). Secara Simultan

Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh secara simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 2
Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,787 ^a	,620	,583	1,02603

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan analisis Tabel 2 terdapat R^2 (Determinasi) adalah 0,620 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,787) R^2 dapat disebut Koefisien Determinasi atau dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\% \\
= (0,787)^2 \times 100\% \\
= 62\%$$

R^2 dapat disebut Koefisien Determinasi yang berarti 62% pengaruh variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas terhadap keputusan pembelian Pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh. Sedangkan sisanya (100% - 62%), yaitu 38% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2). Secara Parsial

Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh secara parsial, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 3
Koefisien Determinan

		Coefficients ^a		
		Standardized Coefficients	Correlations	
Model		Beta	Zero-order	Partial
1	(Constant)			
	Kualitas Pelayanan	.571	.701	.659
	Lokasi	.268	.417	.385
	Fasilitas	.259	.410	.378

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dengan penjelasan besar Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh secara parsial, adalah:

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

$$\begin{aligned} \text{KD} &= \text{Beta Standardized} \\ &\text{Coefficients} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,573 \times 0,701 \times 100\% \\ &= 40,17\% \end{aligned}$$

Dengan arti besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian Pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh adalah sebesar 40,17%.

2) Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

$$\begin{aligned} \text{KD} &= \text{Beta Standardized} \\ &\text{Coefficients} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,268 \times 0,417 \times 100\% \\ &= 10,99\% \end{aligned}$$

Dengan arti besarnya pengaruh variabel Lokasi terhadap keputusan pembelian Pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh adalah sebesar 10,99%.

3) Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian

$$\begin{aligned} \text{KD} &= \text{Beta Standardized} \\ &\text{Coefficients} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,259 \times 0,410 \times 100\% \\ &= 10,62\% \end{aligned}$$

Dengan arti besarnya pengaruh variabel Fasilitas terhadap keputusan pembelian Pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh adalah sebesar 10,62%.

3 Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh secara parsial menggunakan uji t. Hasil t tabel adalah 2,02809. t hitung dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4
Hasil Ringkasan Uji t

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
Model	B	Std. Error			
1	(Constant)	25,612	4,745	5,397	,000
	Kualitas Pelayanan	,235	,045	5,255	,000
	Lokasi	,194	,077	2,530	,016
	Fasilitas	,100	,041	2,449	,019

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Pada tabel 4 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel (5,255 > 2,02809) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,050 maka Ho di tolak dan Ha di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel (2,530 > 2,02809) serta dengan nilai signifikansi = 0,016 < 0,050 maka Ho di tolak dan Ha di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel (2,30 > 2,02809) serta dengan nilai signifikansi = 0,019 < 0,050 maka Ho di tolak dan Ha di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap keputusan

pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.

2) Uji F

Untuk menguji signifikan pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh secara simultan. Hasil F_{hitung} adalah : 2,87 (Perhitungan pada lampiran 9). Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5
Hasil Ringkasan Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	537,729	3	179,243	19,575	,000 ^b
Residual	320,646	36	8,907		
Total	867,375	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 5 dari uji ANOVA atau F tes ternyata didapat F_{hitung} 19,575 : dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ (19,575 > 2,87) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,255 > 2,02809) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,050. Terdapat pengaruh yang signifikan dari Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,530 > 2,02809) serta dengan nilai signifikansi = 0,016 < 0,050. Terdapat pengaruh yang signifikan dari Fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,30 > 2,02809) serta dengan nilai signifikansi = 0,019 < 0,050. Sedangkan Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan,

Lokasi dan Fasilitas Terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh dapat dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$ (19,575 > 2,87) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05)

2. Besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian Pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh adalah sebesar 40,17%. Besarnya pengaruh variabel Lokasi terhadap keputusan pembelian Pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh adalah sebesar 10,99%. Besarnya pengaruh variabel Fasilitas terhadap keputusan pembelian Pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh adalah sebesar 10,62%. Sedangkan besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap keputusan pembelian pada Jhonia Karaoke di Sungai Penuh secara simultan adalah sebesar 62% sedangkan sisanya sebesar 38% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Saran

- Meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan cara :
 - Hendaknya Jhonia Karaoke di Sungai Penuh bisa menjamin fasilitas yang sesuai dengan permintaan dari konsumen
 - Hendaknya Jhonia Karaoke di Sungai Penuh bisa tanggap dalam menyikapi inovasi baru
 - Hendaknya Jhonia Karaoke di Sungai Penuh bisa tanggap terhadap keinginan dan kemauan konsumen
- Meningkatkan Lokasi dengan cara :
 - Hendaknya Jhonia Karaoke di Sungai Penuh bisa menyediakan area parkir yang luas untuk seluruh konsumen.
 - Hendaknya Lokasi dari Jhonia Karaoke di Sungai Penuh bisa dekat dengan pusat keramaian
 - Hendaknya Lokasi Jhonia Karaoke di Sungai Penuh bisa mudah untuk dijangkau
- Meningkatkan Fasilitas dengan cara :

- 1) Hendaknya Jhonis Karaoke di Sungai Penuh memberikan warna yang digunakan di ruangan terlihat menarik
- 2) Hendaknya Jhonis Karaoke di Sungai Penuh bisa memberikan Penampilan Audio visual dengan layar yang lebar dan gambar yang bagus
- 3) Hendaknya Jhonis Karaoke di Sungai Penuh bisa memberikan Sudut pandang yang sesuai saat pandangan mata ke arah layar

5. REFERENSI

- Assauri. 2014. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Salemba Empat Jakarta.
- Alma, Buchari. 2011. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Buchari dan Djalim. 2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Berman & Barry, Joel R. Evans. 2010. *Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat Jakarta.
- Halim. 2011. *Skala Pengukuran Variabel – Variabel Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Hasan. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Liberty, Yogyakarta.
- Kotler. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 Erlangga Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid I. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Maruf, M. 2010. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat, Jakarta.
- Minor, Mowen. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. PT Salemba Empat Jakarta.
- Munawarah. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat Jakarta.
- Nirwana, F. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Purnama. 2011. *Pemasaran Ritel*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Peter, J. 2013. *Marketing in Practice*. Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ridwan, I. 2012. *Analisis Multivariate*. Cetakan Empat. Badan Penerbit Universitas diponegoro, Semarang.
- Schiffman & Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Suryoto. 2012. *Statistika Penelitian*. Andi : Yogyakarta.
- Swastha dan Irwan. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Penerbit Liberty. Jakarta.
- Simamora. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Setiadi. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyoso. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Alfabeta Bandung.
- Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Andi Yogyakarta.
- Terry. 2010. *Pengantar Manajemen*. Alfabeta Bandung.
- Wijayanti. 2011. *Manajemen*. Cetakan 2. Irama Widya Bandung.
- Yazid, Z. 2011. *Marketing in Practice*. Edisi Pertama. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.

**PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP
KINERJA PEGAWAI KANTOR UNIT PENYELENGGARA
BANDAR UDARA DEPATI PARBO KERINCI**

DEDEK SOVRET

Pembimbing Utama Dr. Alvia Santoni, S.E., M.M
Pembimbing Pendamping Medi, S.E., M.M

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci

ABSTRACT

This study aims to examine the motivation and work discipline of the employee performance of the Depati Parbo Kerinci airport management unit. The data collection technique in this research is primary data which is collected by distributing questionnaires to respondents. This research method uses a quantitative method, while the analysis technique used is multiple linear analysis, t test, f test, and test the coefficient of determination.

Based on the research results, the motivation variable has a positive influence on the employee performance of the Depati Parbo Kerinci airport management unit. In this case, it can be seen from the $t_{count} > t_{table}$ ($4.317 > 2.11991$) and the sig value $0.001 < 0.050$, which means that discipline has a significant effect on employee performance. Work motivation has a positive influence on the employee performance of the Depati Parbo Kerinci Airport Management Unit. In this case, it can be seen from the $t_{count} > t_{table}$ ($2.231 > 2.11991$) and the sig value $0.040 < 0.050$ means that work discipline has a significant effect on employee performance. Simultaneously, there is a significant influence between motivation and work discipline on the employee performance of the Depati Parbo Kerinci Airport Management Unit, which is proven by $f_{count} > f_{table}$ ($17.147 > 3.63$) and with a significance value of $0.000 < 0.05$. The magnitude of the influence of X1 and X2 on Y is 68.2%, while the rest ($100\% - 68.2\%$), namely 31.8%, is explained by other factors which were not examined in this study.

Keywords: Motivation, Work Discipline and Employee Performance

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisis linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan dari hasil penelitian variabel Motivasi memiliki pengaruh yang positif terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci. Dalam hal ini terlihat dari t hitung $>$ t tabel ($4,317 > 2,11991$) dan nilai sig $0,001 < 0,050$ artinya Motivasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pegawai. Disiplin Kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci. Dalam hal ini terlihat dari t hitung $>$ t tabel ($2,231 > 2,11991$) dan nilai sig $0,040 < 0,050$ artinya Disiplin Kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pegawai. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai Kan

tor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci, yaitu dengan dibuktikan f hitung $>$ f tabel ($17,147 > 3,63$) serta dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Besarnya pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y adalah $68,2\%$ Sedangkan sisanya ($100\% - 68,2\%$), yaitu $31,8\%$ dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Motivasi, Disiplin Kerja dan Kinerja Pegawai

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Suatu organisasi akan berhasil apabila kinerja individu pegawainya baik, itulah sebabnya mengapa suatu organisasi akan berupaya untuk meningkatkan kinerja pegawainya agar tujuan organisasi dapat tercapai. Sebuah organisasi dikatakan bisa menjaga pegawai dengan baik dapat dilihat dari kinerja pegawai. Jika kinerja pegawai baik, maka organisasi berhasil mengatur pegawai dengan baik. Namun sebaliknya jika organisasi tidak bisa memmanaj dengan baik pegawai, maka organisasi tersebut gagal dalam mengolah pegawai, hal ini menjelaskan bahwa organisasi wajib untuk menjaga keberadaan sumber daya manusia dengan mengefektifkan dan mengefisienkan sumber daya manusia yang dimilikinya, dimana salah satu kebijakan yaitu dengan disiplin dan pemberian motivasi kerja pada pegawai agar bekerja secara maksimal di suatu organisasi, walaupun organisasi memiliki tujuan dan rencana organisasi yang

baik, itu akan menjadi sia-sia belaka jika unsur sumber daya manusianya tidak mendapatkan perhatian yang serius.

Organisasi harus dapat mengelola pegawai agar dapat meningkatkan kinerja di dalam organisasi tersebut. Mengelola pegawai sangat diperhatikan karena pegawai merupakan faktor yang sangat berarti dan berfungsi sebagai penggerak utama atas kelancaran usaha dan kinerja organisasi. Pendayagunaan ASN bukan merupakan persoalan yang mudah dan sederhana, akan tetapi memerlukan pemikiran yang serius terutama bagi suatu instansi yang banyak menggunakan tenaga kerja manusia.

Kinerja pegawai merupakan tingkat pencapaian atau hasil kerja seseorang dari sasaran yang harus dicapai atau tugas yang harus dicapai atau tugas yang harus dilaksanakan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing dalam kurun waktu tertentu. Kinerja pegawai merupakan kemampuan seorang pegawai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab

dengan baik serta meningkatkan prestasi kerja untuk kemajuan organisasi, oleh karena itu kinerja pegawai dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang menunjukkan seorang pegawai dalam menjalankan tugasnya di suatu organisasi serta menggambarkan perubahan pada organisasi itu sendiri.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2019 Tentang Penilaian Kinerja Pegawai Negeri Sipil menyatakan bahwa Kinerja PNS adalah hasil kerja yang dicapai oleh setiap ASN pada organisasi/unit sesuai dengan SKP dan Perilaku Kerja. Sasaran Kinerja Pegawai yang selanjutnya disingkat SKP adalah rencana kinerja dan target yang akan dicapai oleh seorang ASN yang harus dicapai setiap tahun. Indikator Kinerja Individu adalah ukuran keberhasilan kerja yang dicapai oleh setiap ASN.

Jadi, pegawai memiliki peran yang sangat penting dalam sukses atau tidaknya suatu organisasi. Kinerja pegawai yang tinggi akan mendukung tercapainya tujuan organisasi, sehingga sudah seharusnya pimpinan organisasi senantiasa memperhatikan peningkatan kinerja anggotanya demi kemajuan organisasi.

Dalam posisi demikian adalah wajar penilaian masyarakat terhadap kinerja ASN sangat berpengaruh terhadap citra ASN. Saat ini kualitas citra ASN dinilai para pengamat mengalami kemerosotan. Kemerosotan citra di mata masyarakat merupakan sebuah persoalan penting yang hingga saat ini masih terus membelenggu ASN dalam menjalankan tugas dan wewenangnya sebagai Perencana, pelaksana, dan pengawas penyelenggara tugas umum pemerintah dan pembangunan nasional melalui pelaksanaan kebijakan dan pelayanan publik yang professional, bebas dari intervensi politik, serta bersih dari praktik Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme.

Perwujudan kinerja yang maksimal, dibutuhkan suatu dorongan untuk memunculkan kemauan dan semangat kerja, yaitu dengan motivasi. Motivasi berfungsi untuk merangsang kemampuan pegawai sehingga akan tercipta hasil kinerja yang maksimal.

Menurut Hasibuan (2013) Motivasi kerja adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Salah satu upaya meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci dengan cara memberikan bonus bagi pegawai yang lembur sebagai imbalan yang didapat oleh pegawai dari hasil pekerjaan yang dilaksanakannya, tentunya dengan adanya Bonus dari atasan akan timbul rasa semangat kerja yang tinggi dari pegawai untuk tekun bekerja dan memperoleh hasil yang memuaskan.

Kantor UPBU depati Parbo Kerinci telah berupaya untuk meningkatkan motivasi kerja ASN dengan pemberian motivasi sebagaimana yang diatur dalam Undang-undang ASN dan peraturan-peraturan seperti memberikan sertifikat kepada ASN yang berprestasi, memberikan hak tukin yang penuh, dan memberikan Promosi jabatan. Namun motivasi para ASN di Kantor UPBU Depati Parbo Kerinci masih dapat dikatakan belum maksimal, hal ini terlihat dari hasil penilaian masyarakat khususnya di Kabupaten Kerinci terhadap kinerja ASN Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci yang secara keseluruhan masih belum memuaskan.

Enawati K(2016) dengan judul Pengaruh Disiplin dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Sentra Operasi Terminal PT. Angkasa Pura II. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara disiplin dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai PT. Angkasa Pura II.

Berdasarkan fenomena tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti yang hasilnya dituangkan dalam bentuk Skripsi dengan judul : PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI UNIT PENYELENGGARA BANDAR UDARA DEPATI PARBO KERINCI.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci baik secara Parsial dan simultan?
2. Berapa besar pengaruh disiplin dan motivasi kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci baik secara parsial maupun simultan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan peneliti yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci baik Parsial maupun simultan.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci baik Parsial maupun simultan.

2. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian kausal digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel. Penelitian kausal biasanya menggunakan metode eksperimen yaitu dengan mengendalikan independent variable yang akan mempengaruhi dependent variable pada situasi yang telah direncanakan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesa yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel variabel yang akan diteliti yaitu, motivasi dan disiplin kerja sebagai variabel independen dan kinerja sebagai variabel devenden dengan objek penelitian Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat. Penelitian ini dilakukan di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara

Depati Parbo Kerinci yang beralamat di Jalan Angkasa Pura Desa Angkasa Pura Hiang, Kabupaten Kerinci dengan jumlah pegawai sebanyak 19 orang. Penelitian dilaksanakan selama 14 hari.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Danang (2012) populasi adalah totalitas semua nilai yang dihasilkan dari perhitungan atau pengukuran secara kuantitatif dari karakteristik tertentu emngeni sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci sebanyak 19 orang.

Sampel

Menurut Sugiyono (2011), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambiln sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Sampel dalam penelitian ini, penulis mengambil jumlah populasi untuk dijadikan sampel. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2001) menyatakan subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua atau disebut sampel jenuh. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah seluruh Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci sebanyak 19 orang.

Sumber Data

Adapun sumber data dari penelitian ini adalah :

1. Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci.
2. Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci.

Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu dengan melakukan

studi ke perpustakaan dengan mempelajari literatur-literatur dan penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti sebagai landasan teori dalam pembahasan.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yakni merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara turun langsung ke objek yang diteliti untuk mendapatkan data dengan cara menyebarkan kuisioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan memakai daftar pertanyaan yang ditujukan kepada para responden di objek penelitian.

Definisi Operasional

1. Kinerja (Y)

Kinerja Pegawai Negeri Sipil adalah hasil kerja secara kualitas yang dicapai oleh pegawai pada Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya. Dengan Indikator Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci adalah orientasi komitmen, inisiatif kerja, dan kerja sama.

2. Motivasi Kerja (X1)

Motivasi adalah sebagai kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi. Dengan Indikator Motivasi Kerja Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci adalah kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi, kebutuhan akan kekuasaan.

3. Disiplin (X2)

Kedisiplinan adalah kesadaran dan kesediaan daripada Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci untuk mentaati semua peraturan organisasi dan norma-norma sosial yang berlaku. Dengan Indikator Disiplin Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Unit

Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci adalah disiplin waktu, sanksi, taat pada peraturan organisasi, sikap dan perilaku.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2011) mengenai uji validitas instrumen adalah uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh Kuisioner tersebut.

Dengan Kriterianya :

1. jika nilai hitung r lebih besar ($>$) dari nilai tabel r , maka item instrumen dinyatakan valid.
2. jika nilai hitung r lebih kecil ($<$) dari nilai tabel r , maka item instrumen dinyatakan tidak valid.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis Deskriptif Kualitatif dan Deskriptif Kuantitatif dimana :

1. Deskriptif Kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variable mandiri, baik suatu variable atau lebih membanding variable satu dengan variable lainnya.
2. Deskriptif Kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan melakukan perhitungan-perhitungan yang menggunakan angka-angka berkaitan dengan penelitian menggunakan skala likert.

Alat Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bermaksud untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian. Proses pengolahan data yang telah didapat dari responden yaitu dinilai berdasarkan skor. Pengolahan data untuk mendiskripsikan masing-masing variabel dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

- a. Rata Skor

Rata skor adalah Menghitung nilai rata-rata jawaban responden, dimana rata skor menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{\sum fXW_o}{\sum f}$$

Dimana :

$$\begin{aligned} \sum f &= \text{Total Frekuensi ke } i \\ W_o &= \text{Bobot} \\ \sum f &= \text{Total Frekuensi} \end{aligned}$$

b. Tingkat Capaian Responden (TCR)

Menghitung nilai TCR masing-masing kategori dari deskriptif variabel, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{TCR} = \frac{\text{Rata-rata skor} \times 100\%}{\text{Skor tertinggi}}$$

Kriteria nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) dikembangkan dari teori Arikunto (2002) yang menyatakan bahwa ada 5 kriteria jawaban responden, yaitu sebagai berikut :

- 90% - 100% kategori jawaban sangat baik.
- 80% - 89% kategori jawaban baik.
- 65% - 79% kategori jawaban cukup baik.
- 55% - 64% kategori jawaban kurang baik.
- 0% - 54% kategori jawaban tidak baik.

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variable bebas atau lebih terhadap variable terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsi atau pengaruh kausal antara dua variable bebas atau lebih dengan satu variable terikat. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan menggunakan SPSS versi 20.00. Model persamaan untuk analisis regresi berganda (Sugiyono, 2009) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

$$\begin{aligned} Y &: \text{Kinerja} \\ b_1, b_2 &: \text{koefisien regresi} \\ X_1 &: \text{Motivasi} \\ X_2 &: \text{Disiplin Kerja} \\ a &: \text{Konstanta} \\ e &: \text{error} \end{aligned}$$

Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2009) koefisien determinasi adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh yang sudah diuji memakai uji korelasi. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menjelaskan besarnya kontribusi yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi menurut Sugiyono (2009) sebagai berikut :

1) Secara Parsial

Untuk mengetahui besarnya pengaruh secara parsial dapat menggunakan dengan rumus sebagai berikut (Ghozali,2007):

$$\text{KD} = \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

2) Secara Simultan

Menurut Sugiyono (2013) koefisien determinasi adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh yang sudah diuji memakai uji korelasi. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menjelaskan besarnya pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan dapat menggunakan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$\text{KD} = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Uji Hipotesis

a. Uji t (Secara Parsial)

Uji t adalah bagian uji statistic yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel dependen, dimana salah satu variabel independennya tetap/dikendalikan. Sugiyono (2006) merumuskan uji t statistic :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Nilai Signifikan

r^2 = Koefisien Korelasi
Pearson Product Moment
 n = jumlah sampel

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- t hitung \geq t table maka hipotesa nol ditolak dan hipotesa alternative diterima artinya ada pengaruh antara Motivasi dan Disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci.
- t hitung < t table maka hipotesa nol diterima dan hipotesa alternative ditolak artinya tidak ada pengaruh antara motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci.

b. Uji F (Secara Simultan)

Untuk mengetahui signifikan korelasi ganda dicari dulu Fhitung kemudian dibandingkan dengan Ftabel rumus :

$$F \text{ hitung} = \frac{\frac{R^2}{n}}{\frac{(1-R^2)}{n-K-1}}$$

Keterangan

R = Nilai Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah Variabel

N = Jumlah Sampel

F hitung = nilai f yang dihitung

Kaidah pengujian signifikansi :

1. Jika F hitung \geq F tabel, maka total Ho ditolak dan Ha diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci.
2. Jika F hitung < F tabel, maka total Ho diterima dan Ha ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci.

3. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda pada Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1
Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1.	(Constant)	18.659	6.636	
	Motivasi	.560	.130	.648
	Disiplin Kerja	.294	.132	.335

a. Dependent Variable: Kinerja

Dari tabel 1 di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 18,659 + 0,560 X_1 + 0,294 X_2$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah:

1. Nilai dari a = 18,659 artinya artinya jika variabel Motivasi dan Disiplin Kerja dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka kinerja pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo adalah sebesar 18,659.
2. Nilai dari b₁ = + 0,560 artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Motivasi adalah positif, semakin baik Motivasi, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari kinerja pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo.
3. Nilai dari b₂ = + 0,294 artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Disiplin Kerja adalah positif, semakin baik Disiplin Kerja, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari kinerja pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo.

4.4.1.2 Koefisien Determinan

1. Secara Simultan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo secara simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2

Koefisien Determinan Secara Simultan

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.826 ^a	.682	.642	3.57544

a. Predictors: (Constant), Disiplin_Kerja, Motivasi

Berdasarkan analisis Tabel 2 terdapat R Square (Determinasi) adalah 0,682 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,826) R Square dapat disebut Koefisien Determinasi atau dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= R^2 \times 100\% \\ &= (0,826)^2 \times 100\% \\ &= 68,2\% \end{aligned}$$

R Square dapat disebut Koefisien Determinasi yang berarti 68,2% pengaruh variabel Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo. Sedangkan sisanya (100% - 68,2%), yaitu 31,8% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Secara Parsial

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo secara simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3
Koefisien Determinan Secara Parsial

Model	Coefficients ^a			Correlation Zero-order	
	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.		
1	(Constant)		2.812	.013	
	Motivasi	.648	4.317	.001	.764
	Disiplin Kerja	.335	2.231	.040	.558

a. Dependent Variable: Kinerja

1) Besar Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo secara parsial. Berdasarkan tabel 3 di atas dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,648 \times 0,764 \times 100\% \\ &= 49,51\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo secara parsial adalah 49,51%.

2) Besar Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo secara parsial. Berdasarkan tabel 3 di atas dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,335 \times 0,558 \times 100\% \\ &= 18,69\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo secara parsial adalah 18,69%.

4.4.1.3 Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikan pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo secara parsial menggunakan uji t. Uji t dengan cara membandingkan nilai t hitung > t tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05). Dengan rumus yang digunakan didapatkan t tabel dengan cara:

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ df &= 19 - 3 \\ df &= 16 \end{aligned}$$

Dengan keterangan dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel sehingga dengan df = 16 dan $\alpha = 5\%$ (0,05) didapatkan t tabel adalah : 2,11991. Sedangkan untuk t hitung dapat dijelaskan Pada tabel 3 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut:

1. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel (4,317 > 2,11991) serta dengan nilai signifikansi = 0,001 < 0,050 maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Motivasi Terhadap Kinerja

Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo.

2. Disiplin Kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,231 > 2,11991$) serta dengan nilai signifikansi = $0,040 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo.

2) Uji F

Untuk menguji signifikan pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo secara simultan menggunakan uji F. Uji F dengan cara membandingkan nilai F hitung $>$ F tabel. F_{tabel} adalah : 3,63. Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4
Hasil Ringkasan Uji F

ANOVA ^a					
Model		df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2	219,204	17,147	,000 ^b
	Residual	16	12,784		
	Total	18			

a. Dependent Variable: Kinerja
b. Predictors: (Constant), Disiplin Kerja, Motivasi

Berdasarkan tabel 4 dari uji ANOVA atau F tes ternyata didapat F hitung 17,147 : dimana F hitung $>$ F tabel ($17,147 > 3,63$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo.

4. KESIMPULAN

1. Pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci adalah :
 - 1) Terdapat Pengaruh motivasi terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci

secara parsial, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($4,317 > 2,11991$) serta dengan nilai signifikansi = $0,001 < 0,050$.

- 2) Terdapat Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci secara parsial, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,231 > 2,11991$) serta dengan nilai signifikansi = $0,040 < 0,050$.
 - 3) Terdapat Pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci secara simultan, ini dibuktikan dengan F hitung $>$ F tabel ($17,147 > 3,63$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$.
2. Besarnya Pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci, adalah :
 - 1) Besarnya Pengaruh motivasi terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci secara parsial adalah 49,51%.
 - 2) Besarnya Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci secara parsial adalah 18,69%.
 - 3) Besarnya Pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Depati Parbo Kerinci secara simultan adalah 68,2%.

Saran

Maka untuk meningkatkan dan mempertahankan kinerja tersebut maka penulis menyarankan hal-hal berikut:

1. Meningkatkan Motivasi Kerja dengan cara :

- 1) Meningkatkan/mendorong motivasi pegawai untuk bisa bergaul dengan baik sesama pegawai di dalam dinas/instansi
 - 2) Meningkatkan/mendorong motivasi pegawai untuk yakin bahwa Keberhasilan dalam melaksanakan pekerjaan sangatlah penting
2. Meningkatkan Disiplin Kerja dengan cara :
- 1) Meningkatkan kesadaran agar pegawai bisa Menjaga relasi (hubungan) sesama pegawai
 - 2) Meningkatkan kesadaran agar pegawai bisa tidak terkena sanksi

Simamora H. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Stie Ykpn.

Sugiyono, 2011, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Wibowo, 2001, *Manajemen Kinerja*, Pt. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Peraturan Pemerintah No 30 th 2019 Tentang Kinerja ASN

REFERENSI

- A.A. Prabu Mangkunegara. 2010. *Evaluasi Kinerja Sdm*. Bandung: Refika Aditama.
- Hasibuan. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kurniawan, Danang. 2011. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : CAPS.
- Mathis. 2005. *Human Resource Management*, Edisi10 Selemba 4 Jakarta
- Purnomo Dan Waridin. 2006. *Disiplin Kerja, Budaya Organisasi Dan Kinerja*. Semarang.
- Rivai, Veithzal. 2005. *Manajemen sumber daya manusia untuk Perusahaan*. Jakarta. Pt. Raja Grafindo persada.
- Rivai And Basri. 2004. *Manfaat Penilaian Kinerja*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Robbins, Stephen P.2001. *Perilaku Organisasi*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Pt.Indeks Kelompok.
- Sedarmayanti, 2007, *Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja*, Mandar Maju, Bandung.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA HUBUNGAN PEMASOK
DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP KEUANGGULAN PADA BISNIS
MIKRO MAKANAN DAN MINUMAN DI KORINTJI HERITAGE**

AYU SAFITRI

Email :

Pembimbing Utama : Zefri Efdison.SE,Kom.MM

Email :

Pembimbing Pendamping : H.Ferry Siswadhi .SE,M.Si

Email :

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

Abstract

*This study aims to determine the factors that affect the performance of supplier relations and promotion strategies towards excellence in the Food and Beverage Micro Business at Korintji Heritage. Obtained samples from this study amounted to 60 people. The data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression analysis and hypothesis testing using the *t* test and *F* test. The results showed that there is a significant effect of Supplier Relationship Performance on Competitive Advantage in Korintji Heritage, this is evidenced by *t* count > *t* table (5.092 > 2,00247) and with a significance value = 0,000 < 0,050. The amount of influence of the Supplier Relationship Performance on Competitive Advantage at Korintji Heritage partially is 30.5%. There is a significant effect of Promotion Strategy on Competitive Advantage at Korintji Heritage which has a significant effect, this is evidenced by *t* count > *t* table (4.067 > 2,00247) and with a significance value = 0,000 < 0,050. The amount of the influence of the Promotion Strategy on Competitive Advantage in Korintji Heritage partially is 21.8%. There is a significant effect of supplier relationship performance and promotional strategies on competitive advantage in Korintji Heritage simultaneously, this is evidenced by *F* count > *F* table (31,200 > 3,16) and with a significance value = 0,000 < 0,05. The magnitude of the influence of supplier relationship performance and promotion strategy on competitive advantage in Korintji Heritage simultaneously is 52.3%.*

Keywords: Supplier Relationship Performance, Promotion Strategy, Competitive Advantage

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Persaingan dunia usaha di Indonesia semakin ketat, setiap perusahaan bersaing untuk menarik pelanggan dan mempertahankan eksistensinya di pasar. Semua pemangku bisnis saling berlomba untuk membuat produk dengan kreatif dan inovatif sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini dimaksudkan agar produk perusahaan mereka dapat

dipilih oleh masyarakat yang bertindak sebagai konsumen.

Penyediaan produk kinerja dari bisnis atau peromona sebuah bisnis. Dalam menciptakan yang terbaik dan menarik bagi konsumen tidak pernah lepas dengan bagaimana sebuah produk, baik dalam bentuk barang ataupun jasa sebuah bisnis membutuhkan beberapa pihak untuk menyediakan sumber pembuatan produk yang berupa bahan baku, dan juga pihak

yang menyalurkan produk jadinya sampai ke tangan konsumen akhir.

Menurut Kotler dan Keller (2009) manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berfikir tentang cara-cara untuk mencapai respons yang diinginkan pihak lain. Memandang manajemen pemasaran (*Marketing Management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada keberhasilan kegiatan pemasaran suatu perusahaan. Sebab apapun barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, tanpa didukung kegiatan pemasaran yang efektif, maka keberhasilan usaha akan sulit dicapai.

Assauri (2007) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Strategi pemasaran yang tepat dapat berguna untuk sebuah tujuan perusahaan.

Kinerja Hubungan Pemasok Menurut Fredendall dan Hill (2001) Kinerja hubungan Pemasok yaitu bahwa Proses dari bahan baku awal ke konsumsi akhir dari produk jadi yang menghubungkan seluruh pihak dalam proses tersebut disebut sebagai *supply chain*. mengakibatkan persaingan yang semakin ketat antar bisnis yang ada di sungai penuh keunggulan bersaing antar bisnis sangat kuat dalam kawasan sungai penuh saling berlomba dalam keunggulan bersaing berbagai makanan Korintji Heritage penyedia makanan dan minuman yang menarik berupa kopi asli kerinci dan makanan special sup iga dan lobster merupakan hal yang penting di informasi dan diperlukan berupa kualitas pelayanan yang baik.

Strategi promosi Menurut kotler dan Astrong (2001:219) pengertian strategi

promosi logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen, berkembang dan di kenal di wilayah sungai penuh kita mempromosikan makanan yang di sediakan berbeda dari uni dari orang lain dan menggunakan produk berbeda dan menggunakan alat yang canggih untuk menarik perhatian konsumen dan harga terjangkau dan menu menarik mungkin.

Keunggulan Bersaing Menurut Kotler dan Armstrong(2003:311) keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang di peroleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi dan menerapkan strategi generik. Korintji Heritage juga menyediakan berbagai macam makanan yang menarik dan makanan has kita kerinci, menetapkan kenyamanan dan pemandangan yang indah kualitas harga dan pelayanan.

Kota Sungai penuh merupakan salah satu Kota yang memiliki Perkembangan bisnis makanan yang sangat pesat. Berbagai banyak macam makanan yang ditawarkan dan bermuculan mulai dari restoran hingga warung makan. salah satu yang meenjadi daya tarik peneliti adalah restoran Korintji Heritage di Pondok Tinggi. Korintji Heritage merupakan pemimpin dari bisnis cepat saji yang terus berkembang pesat di seluruh Indonesia salah satunya di Sungai Penuh, Kec. Pondok Tinggi. meskipun bisnis kuliner yang ditawarkan semakin banyak dan persaingan semakin ketat yang juga menawarkan produk apa Saja di Korintji Heritage. Kondisi Persaingan seperti ini mendorong Korintji Heritage untuk terus memperkuat kualitas produknya agar dapat meraih posisi tertinggi di hati konsumen. Korintji Heritage telah berupaya berbagai macam strategi dengan harapan mampu memperkuat citra positif serta mempertahankan sebagai restoran yang paling di sukai dan pada akhirnya di harapkan mempengaruhi kinerja hubungan pemasok dan pembeli dan keunggulan bersaing.

Penulis melakukan penelitian dengan judul penelitiannya adalah : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Hubungan Pemasok dan Strategi Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Skala Mikro Penyedia Makanan Dan Minuman Di Korintji Heritage.**

Rumusan Masalah

1. Apakah Terdapat pengaruh kinerja hubungan pemasok terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara persial?
2. Apakah terdapat pengaruh kinerja strategi promosi terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara persial?
3. Apakah terdapat pengaruh kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara simultan ?
4. Berapa besar pengaruh kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terdapat keunggulan bersaing secara simultan dan persial ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Berapa besar pengaruh kinerja hubungan pemasok terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage secara persial
2. Untuk mengetahui Berapa besar pengaruh strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage secara persial
3. Untuk mengetahui Berapa besar pengaruh kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara simultan

2. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausalitas yang tergolong kepada penelitian kuantitatif. Penelitian deskriptif kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk memaparkan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini penulis membatasi lokasi penelitian pada Korintji

Heritage, kota sungai penuh dengan variabel terikat (Y) adalah keunggulan bersaing dan variabel bebas (X_1) adalah kinerja hubungan pemasok dan variabel bebas (X_2) adalah strategi promosi. Serta waktu penelitian dilakukan dari tanggal 22 maret 2020 sampai dengan tanggal 22 april 2020.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini mencakup konsumen yaitu masyarakat yang membeli di kafe korintji heritage. Adapun populasi pada penelitian ini adalah pengaruh Kinerja Hubungan pemasok di Korintji Heritage Kota Sungai Penuh jumlahnya tidak terhingga.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2009:62) sampel adalah sebagian dari jumlah populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan teknik *sampling accidental* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data berjumlah 60 Responden.

Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari :

1. Usaha atau perusahaan dari Korintji Heritage
2. Konsumen /karyawan perusahaan Korintji Heritage
3. Perpustakaan
4. Buku
5. Jurnal
6. Internet

Defenisi Operasional

Untuk memberikan arahan dalam penelitian ini, sehingga dapat memberikan kejelasan pengaruh variabel kualitas produk dan penetapan harga terhadap variabel pengaruh biaya distribusi maka dikemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Kinerja hubungan pemasok di Korintji Heritage mempunyai proses dari bahan baku awal konsumsi akhir dari produk jadi yang menghubungkan seluruh pihak dalam tersebut di sebut supply chain.mengakibatkan persaingan yang semakin ketat antara bisnis yg ada.
2. Strategi promosi Korintji Heritage promosi padahakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran,artinya aktifitas yang pemasaran berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima ,membeli dan loyal pada produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.
3. Keunggulan bersaing Korintji Heritage mendefinisikan keunggulan besaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi.

Uji Coba Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2007:45), Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid itida Suatu instrument pengukuran dikatakan valid jika instrument dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Menurut Ghozali (2007:44) Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Jika pariset menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, maka kuesioner yang di susunnya harus mengukur apa yang ingin di ukurnya. Setelah teruji validitasnya, dalam prakteknya belum tentu data yang terkumpul adalah data yang valid.

Validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Kriterianya jika nilai r hitung lebih besar (>_) dari nilai r tabel, maka item instrument

dinyatakan valid. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien korelasi (Ghozali (2007:48), dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Variabel Bebas

y = Variabel Terikat

Uji Validitas pada penelitian ini, dengan melakukan uji coba kuesioner tersebut pada sejumlah responden untuk perhitungan uji validitas sebanyak 15 orang konsumen Korintji Heritage, sehingga didapatkan r tabel yaitu; $df = n - 2$ ($15 - 2 = 13$), sehingga $df = 15$ dan $\alpha = 5\%$ (0,05) didapatkan r tabel = 0,514.Pada tabel 3.3 bisa dilihat hasil uji validitas variabel Keunggulan Bersaing :

Tabel 1

Uji Validitas Keunggulan Bersaing

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
Indikator Keunggulan Produk			
1	Keunggulan Bersaing 1	0,876	0,5140
2	Keunggulan Bersaing 2	0,780	0,5140
3	Keunggulan Bersaing 3	0,821	0,5140
Indikator Hubungan Harga Nilai (Value)			
4	Keunggulan Bersaing 4	0,856	0,5140
5	Keunggulan Bersaing 5	0,932	0,5140
6	Keunggulan Bersaing 6	0,641	0,5140
Indikator Citra			
7	Keunggulan Bersaing 7	0,815	0,5140
8	Keunggulan Bersaing 8	0,920	0,5140
9	Keunggulan Bersaing 9	0,930	0,5140
Indikator Emosional factor			
10	Keunggulan Bersaing 10	0,792	0,5140
11	Keunggulan Bersaing 11	0,882	0,5140
12	Keunggulan Bersaing 12	0,912	0,5140
Indikator Kinerja karyawan			
13	Keunggulan Bersaing 13	0,882	0,5140
14	Keunggulan Bersaing 14	0,782	0,5140
15	Keunggulan Bersaing 15	0,838	0,5140

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel.Hal ini berarti alat ukur dari variabel Keunggulan Bersaingadalah valid.Pada tabel 3.4 di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji validitas variabel Kinerja Hubungan Pemasok :

Tabel 2
Uji Validitas Kinerja Hubungan Pemasok

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
Indikator Fungsi Produk			
1	Kinerja Hubungan Pemasok 1	0,891	0,5140
2	Kinerja Hubungan Pemasok 2	0,901	0,5140
3	Kinerja Hubungan Pemasok 3	0,875	0,5140
Indikator Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)			
4	Kinerja Hubungan Pemasok 4	0,875	0,5140
5	Kinerja Hubungan Pemasok 5	0,770	0,5140
6	Kinerja Hubungan Pemasok 6	0,880	0,5140
Indikator Ketepatan Waktu Kenyamanan			
7	Kinerja Hubungan Pemasok 7	0,747	0,5140
8	Kinerja Hubungan Pemasok 8	0,597	0,5140
9	Kinerja Hubungan Pemasok 9	0,719	0,5140
Indikator Estetika (<i>aesthetic</i>) Kewajaran Merek			
10	Kinerja Hubungan Pemasok 10	0,767	0,5140
11	Kinerja Hubungan Pemasok 11	0,680	0,5140
12	Kinerja Hubungan Pemasok 12	0,889	0,5140

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti alat ukur dari variabel Kinerja Hubungan Pemasok adalah valid. Pada tabel 3 di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji validitas variabel Strategi Promosi :

Tabel 3
Uji Validitas Strategi Promosi

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
Indikator Perkuensi promosi			
1	Strategi Promosi 1	0,714	0,5140
2	Strategi Promosi 2	0,923	0,5140
3	Strategi Promosi 3	0,838	0,5140
Indikator Kualitas promosi			
4	Strategi Promosi 4	0,734	0,5140
5	Strategi Promosi 5	0,839	0,5140
6	Strategi Promosi 6	0,814	0,5140
Indikator Kuantitas promosi			
7	Strategi Promosi 7	0,783	0,5140
8	Strategi Promosi 8	0,863	0,5140
9	Strategi Promosi 9	0,798	0,5140
Indikator Waktu promosi			
10	Strategi Promosi 10	0,783	0,5140
11	Strategi Promosi 11	0,797	0,5140
12	Strategi Promosi 12	0,783	0,5140

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti alat ukur dari variabel Strategi Promosi adalah valid.

Uji Reliabilitas

Jika alat ukur dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur itu di uji reliabilitasnya. Suatu instrument pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Uji reliabilitas yang akan dilakukan untuk pengujian kuesioner adalah dengan menggunakan komputer yaitu dengan aplikasi program SPSS. Kriteria pengujian uji reliabilitas adalah (Ghozali, 2007:67) :

1. Apabila nilai koefisien Alpha adalah lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
2. Apabila hasil koefisien Alpha adalah lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Dengan menggunakan rumus dari Ghozali (2007:68) sebagai berikut:

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

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas

k = Banyaknya item

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian setiap item

S^2 = Varians Total

Pada tabel 4 di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 4
Uji Reliabilitas

No	Pertanyaan	Koefisien Alpha	Hasil
1	Keunggulan Bersaing (Y)	0,966	Reliabel
2	Kinerja Hubungan Pemasok (X1)	0,959	Reliabel
3	Strategi Promosi (X2)	0,948	Reliabel

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan uji reliabilitas dapat dijelaskan bahwa kuesioner yang terdiri dari 3 Variabel dengan hasil reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner berada pada kondisi konsisten dan instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya.

Alat Analisis Data

1. Alat Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan menggambarkan masing-masing variabel dalam bentuk penyatuan data kedalam bentuk hasil distribusi frekuensi kemudian dilakukan analisis persentase mean standar deviasi, tingkat capaian responden dan koefisien serta memberikan interpretasi analisis tersebut. Menghitung Tingkat Capaian Responden (TCR), dihitung dengan cara:

$$TCR = \frac{\text{Rata - Rata}}{5} \times 100\%$$

2. Analisa Regresi Liner Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan penyelesaian menggunakan SPSS versi 20. Model persamaan untuk analisa regresi berganda (Sugiyono, 2009:134) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Variabel *Dependent* (keunggulan bersaing)

b_1, b_2 : Koefisien regresi masing-masing variabel.

X_1 : Variabel *Independent* (kinerja Hubungan pemasok)

X_2 : Variabel *Independent* (strategi promosi)

a : Konstanta

e : *error*

3. Koefisien Determinasi

1) Secara Parsial

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Menurut Ghozali (2007:175) dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

2) Secara Simultan

Untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Uji Hipotesis

1 Uji t (Parsial)

Uji t adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana salah satu variabel independennya tetap/dikendalikan. Sugiyono (2011:116) merumuskan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{s / \sqrt{n}}$$

Keterangan :

b_i - koefisien regresi

s = standar deviasi sampel

n - jumlah sampel

Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing pada bisnis mikro makanan dan minuman Di Korintji Heritage.

2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing pada bisnis mikro makanan dan minuman Di Korintji Heritage.

2. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui signifikansi korelasi ganda dicari dulu F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} . Sugiyono (2011) merumuskan uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{r^2 / (k - 1)}{(1 - r^2) / n - k}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen
 Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
 maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja hubungan dan strategi promosi terhadap keunggulan pada bisnis mikro makanan dan minuman Di Korintji Heritage.

2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$
 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara simultan Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing pada bisnis mikro makanan dan minuman Di Korintji Heritage.

3. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda pada Pengaruh Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5
Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
	B	Beta			Zero-order
(Constant)	2,755		.324	.747	
Kinerja_Hubungan_Pemasok	.647	.492	5.092	.000	.620
Strategi_Promosi	.605	.393	4.067	.000	.553

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari tabel 5 di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,755 + 0,647 X_1 + 0,605 X_2$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah:

1. Nilai dari a = 2,755 artinya artinya jika variabel Kinerja hubungan pemasok dan

strategi promosi dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka keunggulan bersaing di Korintji Heritage adalah sebesar 2,755.

2. Nilai dari $b_1 = + 0,647$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Kinerja hubungan pemasok adalah positif, semakin baik Kinerja hubungan pemasok, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari keunggulan bersaing di Korintji Heritage.
3. Nilai dari $b_2 = + 0,605$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari strategi promosi adalah positif, semakin baik strategi promosi, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari keunggulan bersaing di Korintji Heritage.

Koefisien Determinan

1. Secara Simultan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage secara simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 6

Koefisien Determinan Secara Simultan

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.723 ^a	.523	.506	7,02491

a. Predictors: (Constant), Strategi_Promosi, Kinerja_Hubungan_Pemasok

Berdasarkan analisis Tabel 6 terdapat *R Square* (Determinasi) adalah 0,523 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,723) *R Square* dapat disebut Koefisien Determinasi atau dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\% \\
= (0,723)^2 \times 100\% \\
= 52,3\%$$

R Square dapat disebut Koefisien Determinasi yang berarti Besarnya pengaruh Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage adalah sebesar 52,3%. Sedangkan sisanya (100% - 52,3%), yaitu 47,7% dijelaskan oleh

faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Secara Parsial

1) Besar Pengaruh Kinerja Hubungan Pemasok Terhadap Keunggulan Bersaing
Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kinerja Hubungan Pemasok Terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara parsial. Berdasarkan tabel 5 di atas dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ = 0,492 \times 0,620 \times 100\% = 30,5\%$$

Hal ini berarti besar pengaruh Kinerja Hubungan Pemasok Terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara parsial adalah 30,5%.

2) Besar Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara parsial. Berdasarkan tabel 5 di atas dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ = 0,393 \times 0,553 \times 100\% \\ = 21,8\%$$

Hal ini berarti besar pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara parsial adalah 21,8%.

3 Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikan pengaruh Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage secara parsial menggunakan uji t. Uji t dengan cara membandingkan nilai t hitung > t tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05). Dengan rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2013) didapatkan t tabel dengan cara :

$$df = n - k \\ df = 60 - 3 \\ df = 57$$

Dengan keterangan dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel sehingga dengan $df = 60$ dan $\alpha = 5\%$ (0,05)

didapatkan t tabel adalah :2,00247. Pada tabel 5 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut :

1. Kinerja hubungan pemasok berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel ($5,092 > 2,00247$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kinerja hubungan pemasok Terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage.
2. Strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel ($4,067 > 2,00247$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi promosi Terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage.

2) Uji F

Untuk menguji signifikan pengaruh Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage secara simultan menggunakan uji F. Uji F dengan cara membandingkan nilai F hitung > F tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05). Dengan rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2013) didapatkan F tabel dengan cara :

$$df_1 = k - 1 \quad (3 - 1 = 2) \\ df_2 = n - k \quad (60 - 3 = 57)$$

Dengan keterangan dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel sehingga dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 60$, dan $\alpha = 5\%$ (0,05) didapatkan F tabel adalah F_{tabel} adalah : 3,16. Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 7
Hasil Ringkasan Uji F

ANOVA ^a				
Model		Df	F	Sig.
1	Regression	2	31,200	,000 ^b
	Residual	57		
	Total	59		

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel 7 dari uji ANOVA atau F tes ternyata didapat F hitung 31,200 : dimana F hitung > F tabel (31,200 > 3,16) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage.

4. KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh signifikan Kinerja Hubungan Pemasok Terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel (5,092 > 2,00247) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,050. Besarnya pengaruh Kinerja Hubungan Pemasok Terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara parsial adalah 30,5%.
2. Terdapat pengaruh signifikan Strategi Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage berpengaruh signifikan, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel (4,067 > 2,00247) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,050. Besarnya pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing di Korintji Heritage secara parsial adalah 21,8%.
3. Terdapat pengaruh signifikan Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage secara simultan, ini dibuktikan dengan F hitung > F tabel (31,200 > 3,16) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05. Besarnya pengaruh Kinerja hubungan pemasok dan strategi promosi terhadap keunggulan bersaing di Korintji Heritage secara simultan adalah 52,3%.

Saran

Berdasarkan bab pembahasan dan kesimpulan bahwa keunggulan bersaing di Korintji Heritage berada pada rata-rata Sangat Baik dengan Total Capaian Responden (TCR) nya sebesar 89,56%, maka untuk meningkatkan keunggulan bersaing di Korintji Heritage tersebut maka

penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kinerja hubungan pemasok dengan cara :
 - 1) Korintji Heritage sebaiknya menyediakan Be rmacam-macam menu yang unik dan special
 - 2) Korintji Heritage sebaiknya menyesuaikan kenyamanan dari konsumen seperti menyediakan makanan dan minuman yang sesuai dengan bentuk yang menarik.
2. Meningkatkan strategi promosi dengan cara :
 - 1) Korintji Heritage hendaknya bias memberikan alternatif harga yang sejenis dari Makanan dan minuman resto Korintji Heritage
 - 2) Korintji Heritage hendaknya bisa memberikan Memberikan Diskon

REFERENSI

- Advantag and Performance. "International Journal of Bussiness and ". Vol.9 No.3 Ariani, Desi dan Bambang Monas Dwiyanto .2013. Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). "Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi". Vol. 10 No.2H.132-141.
- Aditama, Evensen, Kjersti Berge dan Havard Hansen. 2016. Cooperation and Information Sharing in Institutional Food Chains. "British Food Journal", Vol.118 Issue 10 h. 2388-2403.
- Ferdinand, Augasty.2014. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Anatan, Lina.2014.*Factors Influencing Supply Chain Competitive Bank Indonesia dan LPPI, 2015, Profil Bisnis Usaha Mikro,Kecil dan Menengah(UMKM).*Jakarta.
- Boone, Louis E dan David L. Kurtz.2007. *Pengantar Bisnis Kontemporer Edisi 11.* Jakarta : Salemba Empat.
- Bozarth, Cecil B. Dan Robert B. Handfield.2008. *Introduction to Operations and Supply Chain Management.* New Jersey. Prentice Hall, Inc.
- Chopra, Sunil dan Peter Meindl.2007.*Supply Chain Management Strategy Planning and Operations 3rd Edition.* New Jersey : Pretince Hall,Inc. Elitan, Lina dan Lina Anatan.2008.*Manajemen Operasi Konsep dan Aplikasi.*Bandung :
- Forslund, Helena.2015. Performance Management Process Integration in Retail Supply Chains. "*International Journal of Retail and Distribution Management*". Vol. 43 No. 7 h. 653-670. Fredendall, Lawrence D. dan Ed Hill.2001. *Basics of Supply Chain Management.* Boca Raton Florida : St. Lucie Press.
- Ghozali,Imam.2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gimenez, Christina ; Taco van der Vaart dan Dirk Pieter Van Donk .2011. Supply Chain Integration and Performance: The Moderating Effect Of Supply Chain Complexity. "*International Journal of Operations and Production Management*". Vol. 32Issue:5 .h.583-610.
- Handfield, Robert B Robert : M. Monczka ; Larry C. Giunipero Dan James Patterson.2011.*Sourcing and Supply Chain Management 5th Edition.* Boston : Cengage Learning. Harrison,Alan dan Remko Van Hoek.2011. *Logistics Management and Strategy Competing Through the Supply Chain 3rd Edition.*New Jersey: Prentice Hall Inc. Heizer, Jay dan Barry
- Render.2010.*Manajemen Operasi Buku 2 Edisi 9.* Jakarta : Salemba Empat.
- Herjanto, Eddy.2007.*Manajemen Operasi Edisi 3.* Jakarta : Grasindo.
- Huang, Ming-Chang; Ghi-Feng Yen dan Tzu-Chuan Liu.2014. Reexamining Supply Chain Integration and The Supplier's Performance Relationships Under Uncertainty. "*An International Journal of Supply Chain Management*". Vol 19 No.1 h. 64-78.
- Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto .2006. *Konsep Manajemen Supply Chain ,Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang Edisi 4.* Jakarta : Grasindo. Indriantoro,Nur dan Bambang
- Supomo.2009.*Metode Penelitian Bisnis Untuk Akantansi dan Manajemen.* Yogyakarta : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Jie, Ferry; Kevin A. Parton dan Rodney J. Cox.2013. Linking Supply Chain Practices to Competitive Advantage (An Example From Australian Agribisnis). "*British Food Journal*". Vol. 115 No. 7 h. 1003-1024. Katunzi,
- Tumaini ,Mujuni.2011. Obstacles to Process Integration along The

Supply Chain :Manufacturing Firms
Perspective. "*International Journal
of Business and
Management*".Vol.6 No.5. Kembro,
Joakim dan Dag Nashund
.2014.Information

Sharing In,Supply Chains, Myth or Reality ?
A Critical Analysis Of Empirical
Literature. "*International Journal
of Physical Distribution and
Logistics Management*".Vol 44 Issue
3 h. 179-200.

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE ANDROID* MEREK SAMSUNG (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci)

YULIA ASTUTI

Pembimbing Utama : EDIA SATRIA, S.E.,M.M.

Pembimbing Pendamping : MEDI, S.E., M.M

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

Abstract

This study aims to determine the effect of brand awareness, brand association and brand image on purchasing decisions for Samsung brand Android phones. In this study, the samples taken were 80 people from all STIE-SAK students who used Samsung's Android Mobile. Data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The results showed that there was a significant influence between Brand Awareness of Purchasing Decisions for Samsung Brand Android Phones on STIE Sakti Alam Kerinci Students, this was evidenced by $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($4.030 > 1.99167$) with a significance value = $0.000 < 0.050$, and the size influence is 21.1%. There is a significant influence between the Brand Association on the Purchase Decision of the Samsung Brand Android Cellphone on STIE Sakti Alam Kerinci Students, this is evidenced by the $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($4.711 > 1.99167$) with a significance value = $0.010 < 0.050$, and the magnitude of the influence is 18, 6%. There is a significant influence between Brand Image on Purchasing Decisions of Samsung Brand Android Cellphones on STIE Sakti Alam Kerinci Students, this is evidenced by $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($2.644 > 1.99167$) and with a significance value = $0.010 < 0.050$, and the magnitude of the influence is 11, 6%. There is a significant influence between Brand Awareness, Brand Association and Brand Image on Purchasing Decisions for Samsung Brand Android Mobile Phones (Case Study on STIE Sakti Alam Kerinci Students) simultaneously or together, this is evidenced by $F \text{ count} > F \text{ table}$ ($26,702 > 2, 72$) or $\text{sig} < \alpha$ ($0.000 < 0.05$). And the amount of influence is 51.3%

Keywords: Brand Awareness, Brand Association, Brand Image, Purchase Decision

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia pemasaran pada saat ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Kondisi ini yang diharapkan para produsen bagian pemasaran yang tidak tinggal diam untuk mengembangkan sayapnya agar mendapat keuntungan semaksimal mungkin. Berbagai perusahaan baru bermunculan dengan produk yang beraneka ragam yang akhirnya perusahaan saling berlomba-lomba untuk

mengambil hati konsumen dalam menawarkan produk dengan berbagai cara.

Menurut Kotler (2011) pemasaran sebagai proses perencanaan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Kondisi ini mengakibatkan dari pertumbuhan produk-produk yang baru daya saing yang sangat ketat artinya dengan permintaan konsumen perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan tidak terjadi kekurangan. Kenyataan yang ada

disisi lain yang terjadi sesuai permintaan konsumen *Smartphone* sebagai alat komunikasi bertambah tinggi.

Perkembangan Teknologi menjadi sebuah komoditi utama dan andalan dalam seluruh sektor saat ini. Teknologi menjadi sebuah jawaban dari sebagian besar masalah yang dihadapi manusia saat ini. Buah dari kemajuan teknologi yang tidak dapat terbantahkan lagi perannya menjadi salah satu nya adalah produk *Smartphone*. Di era teknologi sekarang ini, *smartphone* sulit terpisahkan dengan kegiatan manusia sehari-hari. Internet yang membuat manusia menjadi lebih mudah terkoneksi dengan hal apapun di dunia ini, media sosial yang membuat manusia menjadi terasa lebih dekat dengan yang lainnya ketika mereka tidak sedang bersama. Relasi dapat dengan mudah terjalin melalui kecanggihan fitur yang ada dalam *smartphone*. Konsumen pengguna *smartphone* tidak hanya menggunakannya untuk sms atau menelpon saja tapi dapat berfungsi juga sebagai kamera, video, *e-mail*, *instant messaging*, *web browsing*, *voice note*, pemutar audio dan video, penyimpanan data, dan masih banyak kecanggihan lainnya.

Di era modernisasi yang penuh dengan kemajuan teknologi saat ini, komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat, khususnya anak muda dimana komunikasi dapat mempermudah memperoleh informasi yang lebih cepat dan dari berbagai macam sumber sehingga membuat permintaan akan alat komunikasi semakin meningkat. Hal ini kemudian menjadi ketertarikan sendiri bagi perusahaan yang bergerak dibidang teknologi khususnya alat komunikasi, terlihat dari banyaknya alat komunikasi yang diproduksi dan beredar di pasar, mereka membuat inovasi yang dapat menjadikan komunikasi lebih mudah dan menarik. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi.

Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen produk-produk alat komunikasi seperti *handphone* yang menawarkan berbagai jenis produk dengan

berbagai inovasi yang memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi. Melihat permintaan alat komunikasi yang semakin tinggi kemudian membuat perusahaan yang bergerak dibidang teknologi komunikasi meluncurkan sebuah alat komunikasi yang canggih dan efisien yaitu "*smartphone*". Kemunculan *smartphone* menggemparkan pasar teknologi, dimana *smartphone* bukan saja hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga dapat mengakses berbagai aplikasi yang dibutuhkan semua lapisan masyarakat dan dilengkapi dengan berbagai aplikasi obrolan yang semakin membuat komunikasi lebih mudah dan menyenangkan.

Persaingan perusahaan teknologi saat ini berkembang pesat dapat dilihat dari semakin banyaknya produk-produk *smartphone* yang diluncurkan dengan berbagai jenis merek seperti *iPhone*, *Samsung*, *Blackberry*, *Lenovo*, *Nokia*, *Sony* dan merek lainnya. Hal ini menjadikan perusahaan teknologi harus berusaha menjadikan produknya unggul dibanding merek lain. Persaingan perusahaan teknologi ini juga didasari oleh kebutuhan akan alat komunikasi seperti *smartphone* mengalami peningkatan dari tahun ketahun terutama untuk jenis *smartphone* dengan merek-merek tertentu. Indonesia menjadi pasar penjualan *smartphone* terbesar di wilayah Asia Tenggara. Indonesia pun menjadi pasar *smartphone* dengan pertumbuhan paling pesat. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung kegiatan mereka sehari-hari baik dalam pekerjaan maupun hal yang lainnya.

Perubahan dan perkembangan kondisi pasar sekarang ini telah membawa pengaruh yang begitu besar terhadap strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan dalam kegiatan mengenalkan dan memasarkan produk yang mereka tawarkan. Pemasaran merupakan hal yang mutlak dan wajib dilakukan oleh perusahaan untuk mendistribusikan hasil produksi perusahaannya berupa produk ataupun jasa kepada konsumen. Persaingan

pemasaran produk berkaitan dengan kemampuan masing-masing produsen dalam mengelola manajemen produk dan merek yang dimiliki agar memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk lain.

Setiap konsumen yang akan melakukan pembelian pada suatu produk pasti akan mempertimbangkan beberapa hal-hal yang mendukung keputusan pembelian mereka tersebut. Seperti merek produk. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Prasetyo (2015:67) mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian adalah tahapan proses akhir dari serangkaian tahapan proses yang terjadi pada perilaku konsumen. Tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang dilakukan secara langsung dan terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan sehingga individu tersebut membuat sebuah keputusan atas suatu barang yaitu keputusan pembelian.

Perilaku konsumen sebagai suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut. Tetapi konsumen seringkali merasa kesulitan ketika harus mengekspresikan identitasnya. Karena itu biasanya mereka menggunakan merek yang menggunakan merek yang mengandung simbol dan arti yang dapat menggambarkan dirinya. Merek menjadi faktor penting dalam persaingan dan menjadi aset perusahaan yang bernilai.

Salah satu industri pasar yang mengalami persaingan dalam kegiatan memasarkan produknya guna memperebutkan konsumen adalah industri Telekomunikasi khususnya mobile phone. Munculnya ancaman bisnis baru di bidang

ini menyebabkan perusahaan harus mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Salah satu aset yang digunakan untuk memperluas pangsa pasar adalah merek (*brand*). Pesatnya pangsa pasar membuat keberadaan merek menjadi sangat penting dalam dunia usaha saat ini, karena dengan adanya merek dapat menarik perhatian pelanggan sehingga memberikan rasa keingintahuan pelanggan terhadap suatu produk yang dihasilkan dengan merek tertentu.

Salah satu untuk menarik konsumen produk *handphone* Android yaitu dengan pengenalan merek. Pengenalan merek adalah tingkat minimal dari kesadaran merek. Menurut Tjiptono (2012:97), *brand awareness* yaitu kemampuan konsumen untuk dapat mengenali atau mengingat bahwa sebuah merek merupakan anggota dari kategori produk tertentu. Kesadaran merek merupakan kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Menggambarkan keberadaan sebuah *handphone* Android didalam pikiran konsumen yang telah terpengaruh oleh aktivitas promosi yang terintegrasi dan meningkatkan kesadaran merek adalah suatu keberhasilan *handphone* Android dalam rangka memperluas pasar.

Brand awareness yang dapat diartikan sebagai kemampuan pelanggan untuk mengenali atau mengingat kembali sebuah merek dan mengaitkannya dengan satu kategori produk tertentu. Dengan demikian, seorang pelanggan yang memiliki kesadaran terhadap sebuah merek akan secara otomatis mampu menguraikan elemen-elemen merek tanpa harus dibantu.

Asosiasi merek (*brand association*) juga merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan *handphone* Android. Asosiasi merek adalah segala kesan yang muncul di benak seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek. Berbagai asosiasi merek (*brand association*) yang saling berhubungan akan menimbulkan suatu rangkaian yang disebut *brand image*. Semakin banyak asosiasi yang saling

berhubungan, semakin kuat *brand image* yang dimiliki oleh merek tersebut. Menurut Aaker (2010:213), mendefinisikan *brand association* sebagai segala sesuatu yang terhubung di memori konsumen terhadap suatu merek.

Selain kesadaran merek dan asosiasi merek, *brand image* juga dapat mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian untuk memilih suatu produk. *Brand image* adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen dan asosiasinya pada merek tersebut. Melalui citra merek, konsumen dapat mengenali produk, mengevaluasi kualitas, mengurangi risiko pembelian dan memperoleh pengalaman tertentu serta mendapatkan kepuasan tertentu dari suatu produk.

Keputusan pembelian *smartphone* juga tidak terlepas dari faktor brand image (*citra merek*) dari produk tersebut. Merek adalah produk atau jasa yang dimensinya mendiferensiasikan merek tersebut dengan beberapa cara dari produk atau jasa lainnya yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Brand image adalah persepsi yang bertahan lama, dan dibentuk melalui pengalaman, dan sifatnya relative konsisten. Karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh Citra Merek tersebut. Pendapat Kotler dan Armstrong (2012:112) dimana "Citra merek adalah himpunan keyakinan konsumen mengenai berbagai merek". Artinya *Brand Images* atau *Brand Description*, yakni diskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu, dengan kata lain Citra Merek (*Brand Image*) adalah salah satu unsur penting yang mendorong konsumen untuk membeli sebuah produk. Semakin baik Citra Merek (*Brand image*) yang melekat pada produk tersebut maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli, karena konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan citra merek yang sudah terpercaya lebih memberikan rasa aman ketika konsumen itu menggunakan produk yang akan dibeli.

Brand image mirip dengan citra diri konsumen sebagai konsumen mengasosiasikan dirinya dengan merek.

Dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini, citra merek sangat penting untuk menciptakan merek posisi yang baik perusahaan selalu memainkan penting peran. Citra merek menunjukkan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.

Fenomena yang bisa dilihat pada penelitian ini adalah :

1. *Handphone Android* Merek Samsung sudah terkenal dan merupakan merek yang sudah lama ada tetapi Banyaknya pesaing dari *Handphone Android* Merek Samsung yang bisa menyebabkan terbaginya *market share* dari *Handphone Android* Merek Samsung.
2. Banyak konsumen yang lupa akan merek *Handphone Android* Merek Samsung sehingga menimbulkan kurangnya respon konsumen terhadap produk dari Merek Samsung.
3. Tidak terbangunnya *Brand Image* dari *Handphone Android* Merek Samsung, sehingga kalah bersaing dengan Merek *Handphone* yang lainnya.

Berdasarkan penjelasan dan gambaran di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci)"

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial dan simultan)?
2. Berapa Besarnya pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE

Sakti Alam Kerinci secara parsial dan simultan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian HP Android Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial dan simultan).
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian HP Android Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial dan simultan).

2. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausalitas yang tergolong kepada penelitian kuantitatif. Penelitian deskriptif kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk memaparkan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi lainnya. Yaitu menjelaskan pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *handphone android* merek Samsung (studi kasus pada mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) waktu penelitian ini kurang lebih 1 bulan.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2013:55) memberikan pengertian bahwa : "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini jumlah populasi yaitu Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci yang menggunakan *Handphone Android* Merek Samsung yang jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut sugiono (2013:56), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan

convience sampling yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu semua anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel dalam peneliti (sugiono dalam iful, A 2015). Dalam penelitian ini anggota sampel adalah mahasiswa STIE-SAK yang menggunakan *Handphone Android* Merek Samsung.

Alasan menggunakan metode ini adalah jumlah populasi tidak di ketahui secara pasti dengan keterbatasan waktu, modal dan kemampuan, maka sampel yang diambil adalah mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci yang menggunakan *Handphone Android* Merek Samsung. Penentuan besarnya ukuran sampel yang diukur menggunakan pedoman sampel minimal yang dikemukakan Sekaran (2006) yaitu 20 kali atau lebih jumlah variabel, maka :

$$n_{\min} = 20 \times \text{jumlah Variabel}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\text{Sampel minimal } 20 \times 4 \text{ Variabel} = 80$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dimana minimal yang digunakan adalah 80 responden. Maka jumlah sampel yang di tetapkan sebanyak 80 responden.

Maka dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 80 orang dari keseluruhan mahasiswa STIE-SAK yang menggunakan *Handphone Android* Merek Samsung.

Sumber Data

1. Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci yang menggunakan *Handphone Android* Merek Samsung
2. STIE Sakti Alam Kerinci.

Teknik Pengumpulan Data

1. *Library Research* (Penelitian pustaka) yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis atau data sekunder dalam penelitian. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku, literatur, dokumen-dokumen resmi, catatan dan transkrip, yang berkaitan dengan penelitian.
2. *Field Research* (Penelitian Lapangan) yaitu penelitian langsung kelapangan dalam rangka mendapatkan data yang berhubungan dengan masalah yang

diteliti berupa. Daftar Pertanyaan (*Questioner*) yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada para responden di objek penelitian.

Uji Instrument

1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2007:45), Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid tidak suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrument dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien korelasi Ghazali (2007:48), dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Variabel Bebas

y = Variabel Terikat

Dengan Kriteria:

1. Apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut valid.
2. Apabila nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut tidak valid.

2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2007:56) uji reliabilitas adalah Suatu instrument pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jika uji realibilitas instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama (homogen) diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relative sama berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Uji reliabilitas yang akan dilakukan untuk pengujian kuesioner adalah dengan menggunakan komputer yaitu dengan aplikasi program SPSS. Kriteria

pengujian uji reliabilitas adalah (Ghozali, 2007:67) :

1. Apabila nilai koefisien Alpha adalah lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha adalah lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

Alat Analisis Data

1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Menurut Sekaran (2011:312), perhitungan Total Capaian Responden (TCR) dengan cara :

$$TCR = \frac{\text{Rata-Rata} \times 100\%}{S}$$

2 Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2013:63), Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsi atau pengaruh kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan menggunakan SPSS versi 20.00. Model persamaan untuk analisa regresi berganda (Sugiyono, 2013:63) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y : Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

X_1 : Variabel Independen 1 (X1)

Kesadaran Merek

X_2 : Variabel Independen 2 (X2)

Asosiasi Merek

X_3 : Variabel Independen 3 (X3)

Brand Image

b_1 : Koefisien Kesadaran Merek

b_2 : Koefisien Asosiasi Merek

b_3 : Koefisien *Brand Image*

a : Konstanta

e : *error*

3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien regresi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100% koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi (Ridwan, 2004:136).

1) Koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besaran pengaruh salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

$$KD = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

B = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero Order = Matrik Korelasi variabel bebas dengan variabel terkait

2) Koefisien determinasi simultan

Untuk melihat seberapa besar pengaruh X_1 dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel (dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%) rumus koefisien determinasi simultan sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien regresi antara variabel X dan variabel Y

4 Uji t

Menurut Sugiyono (2013:113), Uji t adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana salah satu variabel independennya tetap/dikendalikan. Sugiyono (2009:113) merumuskan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_1}{s/\sqrt{n}}$$

Keterangan :

b_1 = koefisien regresi

s = standar deviasi sampel

n = jumlah sampel

Hasil perhitungan dikonsultasikan dengan nilai t tabel dengan taraf kesalahan $\alpha=5\%$, dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, sebagai berikut :

1. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$: Hipotesa nol ditolak dan hipotesa alternatif di terima. Berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial).
2. $t_{hitung} < t_{tabel}$: Hipotesa nol diterima dan hipotesa alternatif di tolak. Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial).

5 Uji F

Untuk mengetahui signifikansi korelasi ganda dicari dulu F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} . Sugiyono (2009:114) merumuskan uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / n - k}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

Hasil perhitungan dikonsultasikan dengan nilai F_{tabel} dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , sebagai berikut :

1. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$: Hipotesa nol ditolak dan hipotesa alternatif di terima. Berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci).
2. $F_{hitung} < F_{tabel}$: Hipotesa nol diterima dan hipotesa alternatif di tolak. Berarti tidak ada pengaruh yang

signifikan antara Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda pada Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1
Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	3,941	6,495			,607	,546	
Kesadaran Merek	,509	,126	,374		4,030	,000	,564
Asosiasi Merek	,549	,116	,384		4,711	,000	,485
Brand Image	,427	,161	,243		2,644	,010	,478

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel 1 di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,941 + 0,509 X_1 + 0,549 X_2 + 0,427 X_3$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah:

1. Nilai dari $a = 3,941$ artinya artinya jika variabel Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci adalah sebesar 3,941.
2. Nilai dari $b_1 = + 0,509$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Kesadaran Merek adalah positif, semakin baik Kesadaran Merek, maka terjadi peningkatan dari Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci.

3. Nilai dari $b_2 = + 0,549$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Asosiasi Merek adalah positif, semakin baik Asosiasi Merek, maka terjadi peningkatan dari Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci.
4. Nilai dari $b_3 = + 0,427$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari *Brand Image* adalah positif, semakin baik *Brand Image*, maka terjadi peningkatan dari Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci.

2 Koefisien Determinan

1. Secara Simultan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) secara simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Koefisien Determinan Secara Simultan

Model	Model Summary			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	,716 ^a	,513	,494	8,42096

a. Predictors: (Constant), Brand_Image, Asosiasi_Merek, Kesadaran_Merek

Berdasarkan analisis Tabel 2 terdapat *R Square* (Determinasi) adalah 0,513 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,716) *R Square* dapat disebut Koefisien Determinasi atau dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= R^2 \times 100\% \\ &= (0,716)^2 \times 100\% \\ &= 51,3\% \end{aligned}$$

Maknanya adalah besar pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) adalah sebesar

51,3%, Sedangkan sisanya (100% - 51,3%), yaitu 48,7% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Secara Parsial

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) secara parsial, maka dapat dilihat pada tabel di 1 di atas. Dengan penjelasan dari Koefisien Determinan Secara Parsial di atas adalah:

1) Besar Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial. Berdasarkan tabel 1 dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,374 \times 0,564 \times 100\% \\ &= 21,1\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial adalah 21,1%.

2) Besar Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial. Berdasarkan tabel 1 dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,384 \times 0,484 \times 100\% \\ &= 18,6\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial adalah 18,6%.

3) Besar Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan

Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial. Berdasarkan tabel 1 dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,243 \times 0,478 \times 100\% \\ &= 11,6\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial adalah 11,6%.

3 Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikan pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) secara parsial menggunakan uji t. Hasil t_{tabel} adalah : 1,99167. Pada tabel 1 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut :

1. Kesadaran Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci, ini dibuktikan dengan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,030 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,050 maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci.
2. Asosiasi Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci, ini dibuktikan dengan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,711 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = 0,010 < 0,050 maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci.

3. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,644 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,010 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci.

2) Uji F

Untuk menguji signifikan pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) secara simultan. Hasil F tabel adalah : 2,72. Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3
Hasil Ringkasan Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5650,981	3	1883,534	26,702	,000 ^b
Residual	5389,349	76	70,912		
Total	11040,330	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Brand_Image, Asosiasi_Merek, Kesadaran_Merek

Berdasarkan tabel 3 dari uji ANOVA atau F tes ternyata didapat F hitung 26,702 : dimana F hitung $>$ F tabel ($26,702 > 2,72$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Terdapat pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci).

4. KESIMPULAN

1. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Kesadaran Merek Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci, ini dibuktikan dengan t

hitung $>$ t tabel ($4,030 > 1,99167$) dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$. Serta Besarnya pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian HP Android Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial adalah 21,1%.

2. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($4,711 > 1,99167$) dengan nilai signifikansi = $0,010 < 0,050$, Serta Besarnya pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial adalah 18,6%.
3. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,644 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,010 < 0,050$, Serta Besarnya pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci secara parsial adalah 11,6%.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) secara simultan atau bersamaan, ini dibuktikan dengan F hitung $>$ F tabel ($26,702 > 2,72$) atau sig $<$ α ($0,000 < 0,05$). Serta Besarnya pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) adalah sebesar 51,3%, Sedangkan sisanya ($100\% - 51,3\%$), yaitu 48,7% dijelaskan oleh faktor

penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan bab pembahasan dan kesimpulan bahwa Keputusan Pembelian *Handphone Android* Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci) berada pada rata-rata Cukup Baik dengan Total Capaian Responden (TCR) nya sebesar 78,97%, maka untuk meningkatkan Keputusan Pembelian tersebut maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kesadaran Merek dengan cara:
 - 1) Hendaknya meningkatkan iklan *handphone* merek Samsung yang ditayangkan di Televisi untuk konsumen bisa mengingat
 - 2) Hendaknya meningkatkan strategi untuk mengenalkan produk *Handphone Android* Merek Samsung kepada konsumen
2. Meningkatkan Asosiasi Merek dengan cara:
 - 1) Hendaknya Produk *Handphone Android* Merek Samsung tersebar dan mudah dicari
 - 2) Hendaknya *Handphone Android* Merek Samsung menyediakan fitur-fitur sesuai kebutuhan pengguna dalam kegiatan sehari-hari Menyusun dan Menciptakan Tata letak ruangan di Sekolah sesuai dengan bidang pekerjaan
3. Meningkatkan *Brand Image* dengan cara:
 - 1) Hendaknya *Handphone Android* Merek Samsung memiliki citra merek yang baik di mata konsumen
 - 2) Hendaknya *Handphone Android* Merek Samsung memiliki berbagai fungsi yang dibutuhkan oleh konsumen

5. REFERENSI

Aaker, A. David, 2010. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.

- Agustini, 2013. *Pengelolaan dan Unsur-unsur Manajemen*. Jakarta: Citra Pustaka
- Dharmmesta dan Handoko, 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Durianto, dkk. 2014. *Strategi Marketing Plan*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferrinadewi, 2010 *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana Offset
- Glover, J. 2001:130). *Consumer Behavior: Perilaku konsumen*. Jilid 2. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam, 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP - Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2013. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Andi.
- Kertajaya, Hermawan, 2011:121. *Komunikasi Pemasaran*. Cetakan ke 3. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Keller. 2011. *Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Manullang, K. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid Dua, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Prasetijo, 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Saladin, Djaslim. 2011. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat, Yogyakarta : Andi.

Simamora, P. 2011, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Cetakan Kedua. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Swastha dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE: Yogyakarta

Schiffman dan Kanuk. 2010. *Prinsip Pemasaran, Teori*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Manajemen & Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal :

Arif Fadhilah (2015). Jurnal MIX, Volume VI, No. 2, Juni 2015. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion

Khoiriyah Indra Cahyani (2016). Management Analysis Journal 5 (4) (2016) Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian

Mery Oky Zulf Yanti (2016). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 5, Mei 2016 ISSN : 2461-0593. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Aqua

Muhammad Riduansyah (2016). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)[Vol. 41 No.1

Desember 2016
administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepatu Merek Adidas di Adidas Store Mal Olympic Garden Malang)

PENGARUH DEBT TO EQUITY RATIO, RETURN ON ASSETS (ROA) DAN RETURN ON EQUITY (ROE) TERHADAP HARGA SAHAM PADA PT ASTRA INTERNATIONAL Tbk. TAHUN 2009-2018

YONA GUSFA YUHERA

**Pembimbing Utama Dona Elvia Desi, S.E., M.M.
Pembimbing Pendamping Gampo Haryono, S.E., M.M.**

**Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh**

Abstract

The purpose of this study was to determine how the influence of Debt To Equity Ratio (DER), Return On Assets (ROA) and Return On Equity (ROE) Against Stock Prices At PT Astra International Tbk. 2009-2018. The object of this research is PT Astra International Tbk. obtained from idx.co.id with data for ten years from 2009 to 2018. Data analysis techniques used are multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test. The results of the study indicate that the Debt to Equity Ratio (DER) insignificant effect on Share Prices at PT Astra International Tbk. In 2009-2018, this was proven by t arithmetic < t table (1.354 < 2.44691). Return On Assets (ROA) has a significant effect on stock prices at PT Astra International Tbk. In 2009-2018, this was proven by t arithmetic > t table (4.040 > 2.44691). Return On Equity (ROE) has a significant effect on stock prices at PT Astra International Tbk. In 2009-2018, this was proven by -t arithmetic < -t table (-4.068 < -2.44691). Simultaneously Debt To Equity Ratio (DER), Return On Assets (ROA) and Return On Equity (ROE) have a significant effect on stock prices at PT Astra International Tbk. The year 2009-2018 is proven by Fcount > Ftable or 7.069 > 4.76. The magnitude of the influence of Debt To Equity Ratio (DER), Return On Assets (ROA) and Return On Equity (ROE) on Share Prices at PT Astra International Tbk. In 2009-2018 it was 77.9%. While the remaining 22.1% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Debt To Equity Ratio (DER), Return On Assets (ROA) and Return On Equity (ROE), Stock Prices

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Debt to Equity Ratio (DER), Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) terhadap Harga Saham Di PT Astra International Tbk. 2009-2018. Objek penelitian ini adalah PT Astra International Tbk. diperoleh dari idx.co.id dengan data selama sepuluh tahun dari 2009 hingga 2018. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Debt to Equity Ratio (DER) berpengaruh tidak signifikan terhadap Harga Saham di PT Astra International Tbk. Pada 2009-2018, ini dibuktikan dengan t hitung < t tabel (1.354 < 2.44691). Return On Asset (ROA) berpengaruh signifikan terhadap harga saham di PT Astra International Tbk. Pada 2009-2018, ini dibuktikan dengan t hitung > t tabel (4.040 > 2.44691). Return On Equity (ROE) berpengaruh signifikan terhadap harga saham di PT Astra International Tbk. Pada 2009-2018, ini dibuktikan dengan -t hitung < -t tabel (-4.068 < -2.44691). Secara simultan Debt To Equity Ratio (DER), Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) berpengaruh signifikan terhadap harga saham di PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018 dibuktikan oleh Fhitung > Ftabel atau 7.069 > 4.76. Besarnya pengaruh Debt to Equity Ratio (DER), Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) terhadap Harga Saham di PT Astra International Tbk. Pada 2009-2018 adalah 77,9%. Sedangkan sisanya 22,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Debt to Equity Ratio (DER), Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE), Harga Saham

1.PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pada umumnya suatu perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba. Laba merupakan hasil yang menguntungkan atas usaha yang dilakukan perusahaan pada suatu periode tertentu. Dengan laba ini dapat digunakan perusahaan untuk tambahan pembiayaan dalam menjalankan usahanya, dan yang terpenting adalah sebagai alat untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan perusahaan. Hal yang menjadi tolak ukur dari kemakmuran para pemilik perusahaan-perusahaan ini tercermin dari meningkatnya bagian yang diterima pemilik perusahaan.

Tujuan sebuah perusahaan adalah memaksimalkan nilai pemegang saham. Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Dengan melakukan permintaannya dan penawaran investor dipasar modal maka akan terjadi kesepakatan dalam menentukan harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Harga saham yang mengalami kenaikan mempunyai dampak baik terhadap perusahaan karena dapat meningkatkan nilai saham, sebaliknya akan berdampak buruk pada modal perusahaan karena modal tersebut tidak akan bertambah dan akan berhenti karena saham tersebut tidak laku dan banyak investor ingin menjual sahamnya. Sehingga transaksi pasar menjadi lemah karena harga saham yang mahal dan kemampuan investor untuk membeli saham dengan harga tinggi yang terbatas. Harga saham yang baik yaitu harga saham yang bergerak fluktuatif.

Menurut Kasmir (2016) mendefinisikan harga saham sebagai berikut : Harga saham merupakan tingkat harga saham *equilibrium* dimana terdapat kesepakatan antara pembeli dan penjual pada pasar modal di Bursa Efek. Harga saham merupakan cerminan dari nilai suatu

perusahaan bagi para investor. Semakin baik suatu perusahaan mengelola usahanya dalam memperoleh keuntungan, semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut dimata para investor. Harga saham yang cukup tinggi akan memberikan return bagi para investor berupa *capital gain* yang pada akhirnya akan berpengaruh juga terhadap citra perusahaan.

Jadi dapat diartikan bahwa harga saham adalah harga kesepakatan antara pembeli dan penjual dalam transaksi bukti kepemilikan asset perusahaan.

Menurut Alwi (2008:87) Faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga saham adalah Pengumuman tentang pemasaran, pengumuman tentang pendanaan yang berhubungan dengan ekuitas dan hutang atau Debt To Equity Ratio (DER), pengumuman pengambilalihan, diversifikasi, pengumuman investasi, pengumuman ketenagakerjaan, pengumuman laporan keuangan perusahaan seperti peramalan laba sebelum akhir tahun fiskal dan setelah akhir tahun fiskal, Earning Per Share (EPS), Dividen Per Share (DPS), Return On Equity (ROE), Return On Assets (ROA), dan lain-lain.

Menurut Kasmir (2016:) menyatakan *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan persentase penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman. Semakin tinggi ratio, semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham. *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* (penggunaan hutang) terhadap total modal yang dimiliki perusahaan. Rasio ini mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang, dimana semakin tinggi nilai rasio ini menggambarkan gejala kurang baik bagi perusahaan.

Return On assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas, yaitu rasio yang menunjukkan seberapa efektifnya perusahaan beroperasi sehingga

menghasilkan keuntungan laba bagi perusahaan. Nilai *Return On assets* (ROA) yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan berbanding *asset* yang *relative* tinggi sehingga profitabilitas yang lebih tinggi bisa diperkirakan menghasilkan dividen yang lebih tinggi.

Menurut Kasmir (2016) *Return On assets* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang aktivitas manajemen". *Return on Asset* yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya jika *Return On assets* (ROA) negatif menunjukkan total aktiva yang dipergunakan tidak memberikan keuntungan/rugi. Dan investasi tersebut sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.

Return on equity (ROE) merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. *Return on equity* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan (Syafri, 2013).

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Debt To Equity Ratio*, *Return On Assets (Roa)* Dan *Return On Equity (Roc)* Terhadap Harga Saham Pada Pt Astra International Tbk. Tahun 2009-2018"

Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018?
2. Apakah terdapat pengaruh *Return On Assets (ROA)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018 ?
3. Apakah terdapat pengaruh *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018?

4. Apakah terdapat pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018 dan berapa besar pengaruhnya?

Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.
2. Untuk Mengetahui pengaruh *Return On Assets (ROA)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.
3. Untuk Mengetahui pengaruh *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.
4. Untuk Mengetahui pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018 dan berapa besar pengaruhnya.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

- 1) Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran bagi organisasi dalam pelaksanaan Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan.

2. Manfaat Akademis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi khususnya untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan penelitian.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori terutama untuk penelitian yang sama di masa yang akan datang.

2. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian kali ini adalah PT Astra International Tbk. didapatkan dari idx.co.id dengan data selama sepuluh tahun dari tahun 2009 sampai tahun 2018.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data *summary of financial statement* yang diperoleh dari data perusahaan yang merupakan hasil olahan pihak lain yaitu melalui www.idx.com

Sumber Data

1. IDX atau www.idx.co.id
2. Literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini metode pengumpulan data yang di pergunakan adalah *Library Research* (Penelitian Kepustakaan) yaitu merupakan suatu metode pengumpulan data sekunder yang berupa teori-teori, konsep-konsep dengan menelaah berbagai literatur-literatur dan penelitian terdahulu yang erat hubungannya dengan masalah yang di teliti.

Definisi Operasional

1. Harga Saham (Y)
Harga saham adalah harga saham PT Astra International Tbk. di bursa saham pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal.
2. *Debt To Equity Ratio* (DER) (X1)
Debt To Equity Ratio (DER) merupakan Rasio yang digunakan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan penunjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan (PT Astra International Tbk.).
3. *Return On Assets* (ROA) (X2)
Return On Assets (ROA) merupakan Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan (PT Astra International Tbk.) dalam

memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan berdasarkan jumlah aktiva yang digunakan.

4. *Return On Equity* (ROE) (X3)

Return On Equity (ROE) merupakan Rasio yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor di suatu perusahaan (PT Astra International Tbk.) mampu memberikan *return* yang sesuai dengan tingkat yang disyaratkan oleh investor

3.6. Metode Analisis Data

1. Deskriptif Kuantitatif

Metode ini merupakan metode ilmiah karena dengan analisis, data diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian, seperti regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji statistik t dan uji statistik F.

2. Deskriptif Kualitatif

Yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data keuangan yang ada didalam perusahaan dengan cara menggunakan teori atau konsep sebagai acuan.

Sehingga pada penelitian ini menggunakan metode analisis data secara deskriptif kuantitatif

Alat Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013), analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsi atau pengaruh kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Model persamaan untuk analisa regresi berganda (Sugiyono, 2013) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y : Harga Saham
 X_1 : DER
 X_2 : ROA
 X_3 : ROE
 $b_{1,2,3}$: Koefisien Regresi
a : Konstanta
e : *Error* (diasumsikan nol)

Dikarenakan satuan yang pada masing-masing variabel berbeda, dimana satuan dari *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* dan *Return On Equity* (ROE) adalah dalam bentuk persentase, harga saham dalam bentuk satuan Rupiah, sehingga di log kan dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Log } Y = \log a + \log b_1x_1 + \log b_2x_2 + \log b_3x_3 + e$$

2. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa besar pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018, maka digunakan koefisien determinasi dengan symbol, dan digunakan rumus dari Sugiyono (2009:67) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

r^2 : *r square*

Uji Hipotesis

1) Uji Statistik t (Parsial)

Uji t adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, di mana salah satu variabel independennya

tetap/dikendalikan. Sugiyono (2013). Untuk menguji pengaruh secara parsial antara *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.

a. Digunakan uji t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{s / \sqrt{n}}$$

Keterangan :

b_i : koefisien regresi

S = standar deviasi sampel

n : jumlah data

Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

b. Kriteria pengujian

- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak

terdapat pengaruh secara parsial *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.

- b) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.
- c) Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.

2) Uji Statistik F (Simultan)

Untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018. Untuk mengetahui signifikansi korelasi ganda dicari dulu F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} , dengan menggunakan yang bersumber dari Sugiyono (2013):

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / n - k}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data/tahun

k = Jumlah variabel independen

$n-k$ = *Degree of Freedom*

Dengan Kriteria pengujian

- a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara *Debt To Equity Ratio* (DER),

Return On Assets (ROA) Dan *Return On Equity (ROE)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.

- b) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara simultan antara *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity (ROE)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel hasil uji *coefficients* berdasarkan output SPSS versi 23, untuk mengetahui Pengaruh *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity (ROE)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018. Ditunjukkan pada tabel 1 berikut :

Tabel 1
Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.675	3.023		.223
	DER	2.394	1.767	.630	1.354
	ROA	5.914	1.464	.5974	4.040
	ROE	-5.766	1.417	-.6889	-4.068

a. Dependent Variable: Harga_Saham

Dari tabel 1 di atas dapat diperoleh model persamaan regresi berganda

$$Y = 0,675 + 2,394 X_1 + 5,914 X_2 - 5,766 X_3$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta adalah 0,675 artinya jika variabel *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity (ROE)* dianggap konstan (tetap atau tidak ada perubahan), maka Harga Saham akan tetap sebesar Rp 0.675.
2. Nilai koefisien *Debt To Equity Ratio (DER)* adalah 2,394 artinya setiap kenaikan *Debt To Equity Ratio (DER)* sebesar 1% akan meningkatkan harga saham sebesar Rp 2,394 lembar saham dengan asumsi variabel lain adalah tetap.

3. Nilai koefisien *Return On Assets (ROA)* adalah 5,914 artinya setiap kenaikan *Return On Assets (ROA)* sebesar 1% akan meningkatkan harga saham sebesar Rp 5,914 /lembar saham dengan asumsi variabel lain adalah tetap.
4. Nilai koefisien *Return On Equity (ROE)* adalah - 5,766 artinya setiap kenaikan *Return On Equity (ROE)* sebesar 1% akan menurunkan harga saham sebesar Rp 5,766 lembar saham dengan asumsi variabel lain adalah tetap

2. Koefisien Determinasi

Nilai yang digunakan untuk melihat uji koefisien determinasi yang pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity (ROE)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018. Dapat ditunjukkan pada tabel 2 berikut :

Tabel 2
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.779	.669	.06732

a. Predictors: (Constant), ROE, DER, ROA

Besarnya *R Square* (Determinasi) adalah 0,779 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,883). Dengan demikian besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity (ROE)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018 adalah sebesar 77,9% (0,779 x 100%). Sedangkan sisanya (100% - 77,9%), yaitu 22,1% dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

1). Uji t (Secara Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity (ROE)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018. Hal ini bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Perhitungan Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.675	3.023		.223	.651
DER	2.394	1.767	.630	1.354	.224
ROA	5.914	1.464	.5974	4.040	.007
ROE	-5.366	1.417	-.6889	-4.068	.007

a. Dependent Variable: Harga_Saham

Dengan tingkat kesalahan 5 %, dan jumlah data 10, dengan melakukan uji dua arah, maka didapat harga t_{tabel} adalah = 2,44691, dengan hasil sebagai berikut:

1. *Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh tidak signifikan terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,354 < 2,44691$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. *Return On Assets (ROA)* berpengaruh signifikan terhadap harga saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,040 > 2,44691$), maka H_0 di tolak dan H_a di terima.
3. *Return On Equity (ROE)* berpengaruh negative signifikan terhadap harga saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018, ini dibuktikan dengan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ ($-4,068 < -2,44691$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2). Uji F (Secara Simultan)

Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat perbandingan antara F-tabel dan F-hitung. Selain itu akan dilihat nilai signifikansi (sig), dimana jika nilai sig dibawah dibawah 0,05 maka

variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji regresi antar variabel *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity (ROE)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018. Bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4
Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.096	3	.032	7.069	.021 ^b
	Residual	.027	6	.005		
	Total	.123	9			

a. Dependent Variable: Harga_Saham
b. Predictors: (Constant), ROE, DER, ROA

Dengan taraf signifikan 5 % dan jumlah data (n) 10. Maka didapat harga F_{tabel} adalah $df_1 = k - 1$ ($4 - 1 = 3$) dan $df_2 = n - k$ ($10 - 4 = 6$), dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah sampel. Sehingga didapat F_{tabel} 4,76. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 7,069 dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,021. Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diputuskan sebagai berikut: dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $7,069 > 4,76$, serta dengan nilai signifikansi $0,021 < 0,050$. Artinya nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Debt To Equity Ratio (DER)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Equity (ROE)* Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian di atas dan analisis bab-bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh tidak signifikan terhadap Harga Saham Pada PT Astra

International Tbk. Tahun 2009-2018, ini dibuktikan dengan t hitung $< t$ tabel ($1,354 < 2,44691$).

2. *Return On Assets* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap harga saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018, ini dibuktikan dengan t hitung $> t$ tabel ($4,040 > 2,44691$).
4. *Return On Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap harga saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018, ini dibuktikan dengan $-t$ hitung $< -t$ tabel ($-4,068 < -2,44691$).
3. Secara simultan *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets* (ROA) Dan *Return On Equity* (ROE)) berpengaruh signifikan Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018 ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $7,069 > 4,76$
4. Besarnya pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets* (ROA) Dan *Return On Equity* (ROE)) Terhadap Harga Saham Pada PT Astra International Tbk. Tahun 2009-2018 adalah sebesar 77,9%. Sedangkan sisanya sebesar 22,1% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Bagi emiten manajemen perusahaan hendaknya lebih mempertimbangkan lagi *Debt To Equity Ratio* (DER), *Return On Assets* (ROA) Dan *Return On Equity* (ROE) dalam pengambilan keputusan untuk menentukan besarnya Harga Saham. Sehingga perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor rasio keuangan atau non keuangan lainnya seperti *Leverage*, *Quick Ratio*, *Inventori Turnover*, *Total Assets Turnover*, EVA serta variabel makro ekonomi (tingkat suku bunga, kurs rupiah, dll) dan variabel non ekonomi (politik).
2. Bagi investor yang ingin menanamkan modalnya yang berupa saham pada suatu perusahaan dapat melihat rasio *Return On Assets* (ROA), karena berdasarkan hasil penelitian variabel *Return On Assets* (ROA) yang berpengaruh terhadap Harga Saham. *Return On Asset* (ROA) termasuk salah satu indikator

penting untuk menilai prospek ke depan perusahaan oleh investor yaitu dengan melihat pertumbuhan keuntungan perusahaan..

3. Bagi manajemen perusahaan agar lebih meningkatkan kinerja keuangannya. Meskipun kinerja keuangannya bisa dikatakan baik, namun perlu terus dipertahankan serta ditingkatkan kualitasnya, terutama kinerja keuangan yang dapat lebih kompetitif dimasa-masa yang akan datang.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilanjutkan pada perusahaan lainnya dengan menambahkan variabel atau aspek keuangan dan penggunaan metode analisis yang lain sehingga kita bisa mengetahui dan memberikan alternative yang berbeda dalam menganalisis kinerja keuangan dari perusahaan-perusahaan yang akan diteliti.

5.REFERENSI

- Brigham, Houston. 2010. *Finance Management*. Gramedia. Jakarta
- Darmadji, Fakhruddin. 2011. *Teori Akuntansi. Buku Pertama*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Febri, Cahyono. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Buku 1* (Edisi 11). Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, Lubis. 2012. *Pokok-Pokok Perbankan*. Edisi Ke 2. PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Hanafi, Halim. 2015. *Manajemen Keuangan*. Ekonisia, Yogyakarta.
- Harahap. 2011. *Pokok-Pokok Akuntansi*. Edisi Ke 2. PT Gramedia Pustaka, Jakarta.

- Harmomo. 2011. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. BPFE, Yogyakarta
- Hery, Agustino. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS.
- Husnan, Suad, Enny Pudjiastuti. 2019. *Manajemen Keuangan*. Ekonisia, Yogyakarta.
- Irawati, Susan. 2016. *Manajemen Keuangan*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Kasmir. 2016. *Dasar-Dasar Keuangan*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kertonogero. 2013. *Pokok-pokok Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Kedua, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Lestari, Maharani Ika dan Sugiharto. 2007. *Kinerja Bank Devisa Dan Bank Non Devisa* Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE
- Riyanto, Bambang. 2011. *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*. Cetakan Keenam, Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Sartono. 2010. *Manajemen Keuangan*. Gunung Agung, Jakarta
- Syafri, Sofyan. 2010. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Syamsuddin, Lukman. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. Edisi Baru. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Sutrisno. 2012. *Teori Akuntansi. Buku Pertama*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas, Indonesia.
- Sukwiati, Jamal, Sukamto. 2016. *Pengantar Bisnis*. Erlangga, Jakarta.
- Syafri. 2013. *Dasar-Dasar Keuangan*. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Terry et al. 2010. *Manajemen*. Erlangga, Jakarta.
- Widiatmodjo, Sawidji. 2015. *Manajemen Keuangan*. Erlangga, Jakarta.
- Weston, Copeland. 2012 *Akuntansi*. terjemahan Moh. Kurdi. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Zulfikar. 2016. *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*. Deepublish, Yogyakarta

JURNAL

- Asep Alipudin. JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi) Volume 2 No. 1 Tahun 2016 Edisi 1, Hal. 1-22. E-ISSN 2502-4159 Pengaruh EPS, ROE, ROA Dan DER Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Semen Yang Terdaftar Di BEI.
- Dewi Pramita Ika Oktaviani. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.: Universitas Jember, Vol. 3, No.1. Pengaruh *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)* and *Debt to Equity Ratio (DER)* Terhadap Harga Saham (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)
- Hilmi Abdullah. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol.9 No.1 Maret 2016*. Pengaruh EPS, DER, PER, ROA dan ROE

Terhadap Harga Saham Pada
Perusahaan Tambang Yang
Terdaftar Di Bei Untuk Periode
2011-2013

Martina Rut Utami. *Journal Of Applied
Managerial Accounting* Vol. 2, No.
2, September 2018, Page 77-89
ISSN: 2548-9917 . Pengaruh DER,
ROA, ROE, EPS Dan
MVATerhadap Harga Saham Pada
Indeks Saham Syariah Indonesia

**PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP
KINERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL DINAS TANAMAN
PANGAN, HORTIKULTURA DAN PERKEBUNAN KOTA
SUNGAI PENUH DENGAN KEPUASAN KERJA
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

WIWI PUSPITA SARI
Puspitawivi930@gmail.com

Sudirman, S.E., M.M
Melifia Liantifa, S.P., M.Si

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

Abstract

This study aims to determine: 1) the extent of the influence of work motivation on the performance of employees of the Horticultural Food Plantations and Sungai Penuh City Plantation. the influence of work motivation on job satisfaction of employees of the Horticultural Food Crops and Plantation Plants in Sungai Penuh City. 4) the extent of the influence of the work environment on the job satisfaction of employees of the Horticultural Food and Plantation Plants City of Sungai Penuh. 5) the extent of the influence of job satisfaction on the performance of employees of the Horticultural Food and Plantation Plants City of Sungai Penuh. The population in this study were all employees at the Horticultural Food Crops and City of Sungai Penuh Plantations, totaling 41 people. Furthermore, it was found that all populations were sampled as many as 41 respondents with saturated sampling techniques. The data analysis tool used is path analysis at an alpha level of 0.05.

Keywords: Work Motivation, Work Environment, job satisfaction and performance Employee.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) sejauh mana pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh .2) sejauh mana pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh .3) sejauh mana pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan kerja pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh. 4) sejauh mana pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh. 5) sejauh mana pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pegawai pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh yang berjumlah 41 orang. Selanjutnya didapatkan semua populasi menjadi sampel sebanyak 41 responden dengan teknik pengambilan sampel jenuh. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis jalur pada tingkat alpha 0,05.

Kata Kunci : Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, kepuasan kerja dan Kinerja Pegawai

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Sumber daya manusia merupakan penggerak utama jalannya kegiatan sebuah organisasi, maju mundurnya suatu organisasi ditentukan oleh keberadaan sumber daya manusianya. Pengelolaan sumber daya manusia yang berkualitas maka setiap organisasi pemerintahan dituntut untuk dapat mengoptimalkan sumber daya manusia dan bagaimana sumber daya manusia dikelola. Manajemen sumber daya manusia adalah proses pengendalian berdasarkan fungsi manajemen terhadap daya yang bersumber dari manusia. Falsafah manajemen sumber daya manusia dan program sumber daya manusia harus dimasukkan sebagai sasaran rencana strategis dari organisasi dan tujuan organisasi.

Pemerintahan merupakan sebuah organisasi yang bertugas sebagai pelaksana pelayanan publik serta memiliki kebijakan dalam membuat, menjalankan, menerapkan, dan mengevaluasi undang-undang dan hukum pada suatu daerah atau wilayah tertentu. dan pegawai negeri sipil adalah salah satu elemen yang memegang tanggung jawab dalam organisasi pemerintahan, baik itu dalam perencanaan, pelaksanaan dan penggerak serta sekaligus bertindak sebagai pengawas dalam pembangunan bangsa. Pegawai negeri sipil tersebar diberbagai departemen, lembaga tinggi, instansi pemerintahan dari pusat sampai pelosok tanah air dan menjadi tulang punggung pembangunan nasional. Dengan adanya tuntutan otonomi daerah tidak dapat dipungkiri reformasi birokrasi sangat dibutuhkan. Tujuan reformasi birokrasi agar mewujudkan tata kelola pemerintahan yang profesional, amanah, dan tepat arah (*good governance*) serta membangun kepercayaan public melalui peningkatan pelayanan publik.

Menurut Flippo (2002:12) mendefinisikan MSDM adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atas tenaga kerja, pengembangan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja dengan sumber daya manusia untuk

mencapai sasaran perorangan, organisasi dan masyarakat. Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari manajemen pada umumnya, yakni merupakan kunci utama dalam pencapaian tujuan organisasi.

Tujuan pengelolaan sumber daya manusia adalah untuk memaksimalkan semua potensi yang dimiliki oleh manusia/pegawai yang ada dalam suatu organisasi, salah satu implikasinya adalah bahwa investasi terpenting yang dilakukan oleh suatu organisasi adalah di bidang sumber daya manusia. Sehingga sumber daya manusia atau pegawai dalam sebuah organisasi menjadi perhatian penting dalam rangka usaha mencapai keberhasilan organisasi. Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan organisasi ditentukan oleh kinerja pegawai. Kemampuan pegawai mengerjakan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya menjadi tolok ukur pencapaian tujuan organisasi. Apabila suatu organisasi mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka dapat dikatakan bahwa organisasi tersebut efektif. Seiring dengan berkembangnya waktu, semua organisasi dituntut untuk dapat bersaing memberikan pelayanan yang terbaik, termasuk organisasi pemerintah. Pelayanan yang terbaik, tidak dapat dilepaskan dari peran setiap pegawainya. Seorang pegawai harus bisa bekerja secara optimal dimana hal ini dapat dilihat atau diukur melalui kinerja pegawai tersebut. Pegawai yang berkualitas akan selalu memberikan kinerja terbaik untuk keberhasilan pekerjaannya maupun untuk instansinya, pegawai perlu memahami makna dari kinerja itu sendiri.

Menurut Hasibuan (2006), pengertian dari *job satisfaction* adalah sebuah kondisi emosional pada seorang pegawai yang merasa senang serta mencintai pekerjaan yang ia lakukan. Sikap ini tergambar dari moral kerja, kedisiplinan dan juga prestasi kerja. Hal ini dapat dinikmati dalam sebuah

pekerjaan, di luar pekerjaan atau kombinasi dari keduanya.

Menurut Flippo (2008:14) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja adalah:

Motivasi, Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja.

Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang "Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening".

Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh ?
2. Bagaimanakah pengaruh Lingkungan Kerja terhadap kinerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh?
3. Bagaimanakah pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan kerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh?
4. Bagaimanakah pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh?
5. Bagaimanakah pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh?
6. Bagaimanakah pengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja melalui kepuasan Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja Pegawai Dinas Tanaman

Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.

2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Lingkungan Kerja terhadap kinerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan kerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.
4. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.
5. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.
6. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja melalui kepuasan Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.

2. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam ruang lingkup penelitian manajemen sumber daya manusia, penelitian ini menguji variable independen, variable dependen dan variable *intervening*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah motivasi kerja dan lingkungan kerja, dan variable *intervening* adalah kepuasan kerja sedangkan variable dependen adalah kinerja pegawai. Jenis penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif kuantitatif yang tergolong kepada penelitian Kuantitatif. Penelitian Kausalitas adalah Penelitian yang dilakukan untuk memaparkan pengaruh variable lainnya atau menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesa (Sugiyono, 2012).

Adapun objek dalam penelitian ini adalah Dinas Tanaman Pangan

Hortikultura Dan Perkebunan Kota sungai penuh Dan berupaya untuk mencari Pengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja melalui kepuasan kerja sebagai variabel *intervening*.

Pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh dilakukan tanggal 2 maret sampai 2 april 2020.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sunyoto (2012) populasi adalah totalitas semua nilai yang dihasilkan dari perhitungan atau pengukuran secara kuantitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari. Adapun jumlah populasi, yaitu seluruh Guru PNS pada SMA Negeri 2 Kota Sungai Penuh sebanyak 62 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Menurut Sugiyono (2010:118) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Arikunto (2006:131) bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Apabila populasinya kurang dari 100 maka seluruh populasi di jadikan sebagai sampel penelitian. Maka dalam penelitian ini jumlah pegawai yang ada berkerja pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh berjumlah kurang dari 100 orang yaitu berjumlah sebanyak 41 orang, maka dalam penelitian ini populasi dan sampel yaitu 41 orang pegawai.

Dengan demikian teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *sampling Jenuh*. Menurut Sugiyono (2010:124) mengatakan bahwa *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Jenis Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

- a. Data Primer, *Data primer* adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (*focus grup discussion – FGD*) dan penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2013:137) Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung meliputi dokumen-dokumen organisasi, berupa sejarah perkembangan organisasi, struktur organisasi dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan variabel motivasi kerja, lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kinerja. Data ini didapatkan dari kuesioner yang telah dipersiapkan dulu oleh peneliti dan dijawab para responden.
- b. Data Sekunder, menurut Usman dan Akbar (2006: 20) Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui pihak kedua atau tangan kedua. Data sekunder dalam penelitian ini adalah struktur organisasi serta tugas-tugas pegawai dan data lainnya pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh.

Sumber Data

Data sekunder untuk kelengkapan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini, bersumber dari Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh dan Data primer untuk kelengkapan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini, bersumber dari:

1. Pimpinan Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan

- Perkebunana Kota Sungai Penuh.
2. Pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh

Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat.

1. Penelitian Pustaka (*Library Research*), yaitu Kegiatan mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian yaitu peran motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja di Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh melalui kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur serta publikasi-publikasi lain yang layak dijadikan sumber.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu pengumpulan data yang langsung kepada sumber yang ada pada objek penelitian dilapangan yang dilakukan dengan cara:
 - a. Observasi (Pengamatan), yaitu mengadakan tinjauan langsung ke lapangan tentang permasalahan yang sesuai dengan variabel penelitian penulis yaitu motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja di Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh kepuasan kerja sebagai variabel *intervening*.
 - b. Kuesioner (Daftar Pertanyaan), yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, menurut Arikunto (2006:151) menyatakan bahwa angket atau kuesioner adalah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.

- a). Tujuan Kuesioner (Angket), adapun beberapa tujuan pokok dalam pembuatan kuesioner/angket, antara lain:
 - 1). Memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian.
 - 2). Memperoleh data dengan reliabilitas dan validitas yang setinggi mungkin.
- b). Fungsi Kuesioner (Angket)
 - 1). Untuk mengumpulkan informasi sebagai bahan dasar dalam rangka penyusunan catatan permanen.
 - 2). Untuk menjamin validitas informasi yang diperoleh dengan metode lain.
 - 3). Pembuatan evaluasi progam bimbingan.
 - 4). Untuk mengambil sampling sikap/pendapat dari responden.

Defenisi Operasional

Definisi oprasional variabel yang dirancang sedemikian rupa untuk mengetahui peran motivasi kerja, lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai di Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh

Untuk menghindari kesalahan-kesalahan dalam memahami masing-masing variabel, maka dapat dijelaskan definisi oprasional dan pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Y) adalah Kinerja
Kinerja atau prestasi kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu hasil kerja yang dicapai oleh pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh dalam melakukan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesanggupan serta waktu Adapun pengukuran kinerja berdasarkan atas indikator berikut ini:

1. Kualitas.

2. Kuantitas.
 3. Kerja Sama.
 4. Tanggung Jawab.
 5. inisiatif
2. Variabel Intervening (Z) adalah kepuasan kerja

Variabel Independen (Z) kepuasan kerja, kepuasan kerja atau *job satisfaction* merupakan sebuah kondisi psikis yang menyenangkan dan dirasakan oleh pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh di dalam suatu lingkungan pekerjaan atau lainnya atas peranan yang ia lakukan dan terpenuhinya kebutuhan secara baik. Adapun tolak ukur atau indikator sbb :

1. kesetiaan
2. kemampuan
3. kreatifitas
4. kepemimpinan
5. tingkat gaji
6. kompensasi tidak langsung
7. kejujuran
8. lingkungan kerja

3. Variabel independen (X1) motivasi Kerja
 Motivasi adalah dorongan atau pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja bagi seorang Pegawai Negeri Sipil pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh dengan mengukur hal tersebut menggunakan indikator sbb :

1. Kebutuhan fisik
2. Kebutuhan rasa aman dan keselamatan
3. Kebutuhan sosial
4. Kebutuhan penghargaan
5. Kebutuhan perwujudan diri

4. Variabel Independen (X2) adalah Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja adalah semua faktor-faktor pendukung baik fisik ataupun non-fisik di sekitar pegawai bekerja yang dapat memberikan rasa nyaman untuk bekerja baik secara langsung maupun tidak bagi pegawai Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunana Kota Sungai Penuh Untuk mengukur hal tersebut dengan menggunakan indikator sbb:

1. Hubungan yang harmonis.
2. Kesempatan untuk maju.
3. Keamanan dalam pekerjaan.

Instrumen Penelitian

Menurut Hadjar (1996:160) berpendapat bahwa instrumen merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif tentang variasi karakteristik variabel secara objektif.

1. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2010:93) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Gejala sosial ini ditetapkan secara spesifik oleh penelitian yang selanjutnya disebut variabel penelitian dari daftar kuesioner atau jawaban dari responden diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Daftar Skor Jawaban Pernyataan

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa daftar skor jawaban pertanyaan dari kuesioner yaitu jika alternatif jawabannya Sangat Setuju (SS) maka skor yang diberikan adalah 5, Jika alternatif jawabannya Setuju (S) maka skor yang diberikan adalah 4, Jika alternatif jawabannya cukup setuju (CS) maka skor yang diberikan adalah 3, dan jika alternatif jawabannya Tidak Setuju (TS) maka skor yang diberikan adalah 2, dan jika alternatif jawabannya sangat tidak setuju (STS) maka skor yang diberikan adalah 1, pengolahan data ini di lakukan menggunakan SPSS versi 20.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Walgito (2010:72) menjelaskan bahwa kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden atau orang tua/ anak yang ingin diselidiki. Angket ini digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap

pertanyaan yang diajukan. Dengan angket ini responden mudah memberikan jawaban karena alternatif jawaban sudah disediakan dan membutuhkan waktu singkat dalam menjawabnya.

Tabel 1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Kinerja Pegawai (Y)	1. Kualitas	1-3
		2. Kuantitas	4-6
		3. Kerja Sama	7-9
		4. Tanggung jawab	10-12
		5. inisiatif	13-15
2.	Kepuasan kerja (I)	1. kesetiaan	1-3
		2. kemampuan	4-6
		3. kejujuran	7-9
		4. kreatifitas	10-12
		5. kepemimpinan	13-15
		6. tingkat gaji	16-18
		7. kompensasi tidak langsung	19-21
		8. lingkungan kerja	22-24
3.	Motivasi (X1)	1. Kebutuhan fisik	1-3
		2. Kebutuhan rasa aman dan keselamatan	4-6
		3. Kebutuhan social	7-9
		4. Kebutuhan penghargaan	10-12
		5. Kebutuhan perwujudan diri	13-15
4.	Lingkungan Kerja (X2)	1. Hubungan yang haemoni.	1-3
		2. Kesempatan untuk maju.	4-6
		3. Keamanan dalam pekerjaan	7-9

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2007), mengatakan bahwa setelah pengujian konstruk selesai dari para ahli, maka diteruskan uji coba instrumen. Instrumen yang telah disetujui para ahli tersebut dicobakan pada *sample* dari mana populasi diambil. Setelah data di dapat dan ditabulasikan, maka pengujian validitas konstruksi di lakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen.

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Tolak ukur yang digunakan dalam menemukan validitas adalah dengan membandingkan hasil koefisien validitas dengan *r*-tabel.

Rumus :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Validitas ditentukan dengan kriteria :

1. Membandingkan nilai hitung *r* dan nilai tabel *r*. Kriterianya jika nilai hitung *r* lebih besar (>) dari nilai tabel *r*, maka item instrumen dinyatakan valid.
2. Membandingkan nilai hitung *r* dan nilai tabel *r*. Kriterianya jika nilai hitung *r* lebih kecil (<) dari nilai tabel *r*, maka item instrumen dinyatakan tidak valid.

pada penelitian ini terdapat 30 kuesioner yang dibagikan kepada responden yang terdiri dari 4 variabel yakni motivasi kerja, lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kinerja dan terbagi menjadi 63 item pernyataan, pada uji

validitas yang diketahui $N = 30$ dan $\alpha = 5\%$, maka r tabel = 0,3610 sehingga setiap item pernyataan dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3610$. Adapun hasil pengujian validitas variable motivasi kerja, lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kinerja pada dinas tanaman pangan hortikultura dan perkebunan kabupaten kerinci adalah sebagai berikut :

1. Uji validitas variabel kinerja, Hasil uji validitas variabel kinerja dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini

Tabel 2
Uji Validitas Kinerja Pegawai (Y)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
1	Kinerja Pegawai	0,494	0,361
2	Kinerja Pegawai	0,633	0,361
3	Kinerja Pegawai	0,621	0,361
4	Kinerja Pegawai	0,596	0,361
5	Kinerja Pegawai	0,777	0,361
6	Kinerja Pegawai	0,739	0,361
7	Kinerja Pegawai	0,871	0,361
8	Kinerja Pegawai	0,873	0,361
9	Kinerja Pegawai	0,887	0,361
10	Kinerja Pegawai	0,815	0,361
11	Kinerja Pegawai	0,691	0,361
12	Kinerja Pegawai	0,698	0,361
13	Kinerja Pegawai	0,640	0,361
14	Kinerja Pegawai	0,739	0,361
15	Kinerja Pegawai	0,635	0,361

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti alat ukur dari variabel Kinerja pegawai adalah valid.

Tabel 3
Uji Validitas Kepuasan Kerja (Z)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
1	Kepuasan Kerja	0,591	0,361
2	Kepuasan Kerja	0,636	0,361
3	Kepuasan Kerja	0,548	0,361
4	Kepuasan Kerja	0,459	0,361
5	Kepuasan Kerja	0,678	0,361
6	Kepuasan Kerja	0,497	0,361
7	Kepuasan Kerja	0,616	0,361
8	Kepuasan Kerja	0,832	0,361
9	Kepuasan Kerja	0,654	0,361
10	Kepuasan Kerja	0,696	0,361
11	Kepuasan Kerja	0,723	0,361
12	Kepuasan Kerja	0,736	0,361
13	Kepuasan Kerja	0,630	0,361
14	Kepuasan Kerja	0,607	0,361
15	Kepuasan Kerja	0,803	0,361
16	Kepuasan Kerja	0,815	0,361
17	Kepuasan Kerja	0,522	0,361
18	Kepuasan Kerja	0,346	0,361

19	Kepuasan Kerja	0,607	0,361
20	Kepuasan Kerja	0,564	0,361
21	Kepuasan Kerja	0,722	0,361
22	Kepuasan Kerja	0,670	0,361
23	Kepuasan Kerja	0,457	0,361
24	Kepuasan Kerja	0,393	0,361

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti alat ukur dari variabel Kepuasan Kerja adalah valid.

Tabel 4
Uji Validitas Motivasi Kerja (X1)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
1	Motivasi Kerja	0,723	0,361
2	Motivasi Kerja	0,561	0,361
3	Motivasi Kerja	0,721	0,361
4	Motivasi Kerja	0,625	0,361
5	Motivasi Kerja	0,753	0,361
6	Motivasi Kerja	0,739	0,361
7	Motivasi Kerja	0,737	0,361
8	Motivasi Kerja	0,756	0,361
9	Motivasi Kerja	0,831	0,361
10	Motivasi Kerja	0,808	0,361
11	Motivasi Kerja	0,883	0,361
12	Motivasi Kerja	0,807	0,361
13	Motivasi Kerja	0,821	0,361
14	Motivasi Kerja	0,770	0,361
15	Motivasi Kerja	0,723	0,361

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti alat ukur dari variabel Motivasi Kerja adalah valid.

Tabel 5
Uji Validitas Lingkungan Kerja (X2)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
1	Lingkungan Kerja	0,827	0,361
2	Lingkungan Kerja	0,774	0,361
3	Lingkungan Kerja	0,778	0,361
4	Lingkungan Kerja	0,941	0,361
5	Lingkungan Kerja	0,944	0,361
6	Lingkungan Kerja	0,942	0,361
7	Lingkungan Kerja	0,874	0,361
8	Lingkungan Kerja	0,575	0,361
9	Lingkungan Kerja	0,676	0,361

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r hitung semua lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti alat ukur dari variabel Lingkungan Kerja adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Abdurahman (2007) menyatakan bahwa instrumen yang

reliabel jika pengukurannya konsisten, cermat dan akurat. Tujuannya adalah untuk mengetahui konsistensi dan instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Berdasarkan pendapat Sekaran (2006), jika hasil perhitungan reliabilitas kurang atau sama dengan 0,6 maka item dengan pertanyaan yang digunakan reliabel.

Rumus :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total

Uji reliabilitas yang akan dilakukan untuk pengujian kuesioner adalah dengan menggunakan komputer yaitu dengan aplikasi program SPSS. Kriteria pengujian uji reabilitas adalah (Ghazali, 2006).

1. Apabila hasil koefisien Alpha adalah lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
2. Apabila hasil koefisien Alpha adalah lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Pada tabel 5 di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 6

Uji Uji Reliabilitas

No	Pertanyaan	Alpha	Taraf sig	Hasil
1	Kinerja Pegawai	0,943	0,6	Reliabel
2	Kepuasan Kerja	0,940	0,6	Reliabel
3	Motivasi Kerja	0,954	0,6	Reliabel
4	Lingkungan kerja	0,956	0,6	Reliabel

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan uji reliabilitas dapat dijelaskan bahwa kuesioner tersebut berada pada reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner berada pada kondisi konsisten dan instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya

Metode Analisis Data

1. Deskriptif Kualitatif

Metode deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat analisis yang meliputi suatu objek pada kondisi atau peristiwa sekarang, tujuan analisis ini untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan dengan teori, konsep-konsep yang ada pada literatur terkait.

2. Deskriptif Kuantitatif

Penelitian Kuantitatif adalah suatu analisis yang dilakukan dengan menggunakan analisis statistik dengan menggunakan rumus-rumus di dalam pengolahan data yang ada.

Alat Analisa data

1. Analisis Deskriptif

Data dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Verifikasi data

2. Menghitung nilai jawaban

a. Menghitung frekuensi dari jawaban yang diberikan responden atas sctiap item pertanyaan yang diajukan.

b. Menghitung rata-rata skor total = $\frac{5f(SS) + 4f(S) + 3f(KS) + 2f(TS) + 1f(ST)}{f(SS) + f(S) + f(KR) + f(KR) + f(TS)}$

c. Menghitung nilai TCR masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TCR = \frac{RS}{5} \times 100$$

Dimana :

TCR = tingkat pencapaian responden

R_s = rata-rata skor jawaban

5 = nilai skor tertinggi jawaban responden

2. Analisis Jalur

Penelitian ini juga menggunakan analisis jalur (path analysis). Ghazali (2011) Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh variabel *intervening* dalam penelitian ini. Hasil dari uji analisis jalur ini juga akan digunakan untuk

membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, serta menarik suatu kesimpulan apakah dengan adanya variabel *intervening* ini dapat memperkuat atau justru memperlemah pengaruh independen terhadap dependen.

Analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat secara langsung maupun tidak langsung (Robert D. Retherfort).

David Garson dari North Carolina State University mendefinisikan analisis jalur sebagai Model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti.

Menurut Muhidin dan Abdurahman (2007) analisis jalur/path analysis adalah alat analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan kausal antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung, baik secara serempak maupun secara sendiri-sendiri beberapa variabel penyebab terhadap sebuah variabel akibat.

Pada saat melakukan analisis jalur atau path analysis terlebih dahulu dilakukan pembentukan jalur yang dapat dilihat dari akar kuadrat yang terbentuk dari nilai Koefisien Determinasi (R-Square). Setelah tahapan tersebut dilakukan masing-masing variabel yang dibentuk kedalam analisis jalur harus memiliki pengaruh langsung yang signifikan dengan variabel dependen. Jika salah satu variabel yang diuji tidak memenuhi syarat maka variabel tersebut di eliminasi dari pengujian analisis jalur.

Pada penelitian ini analisis jalur/path analysis digunakan yaitu untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja di Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh dengan kepuasan kerja sebagai variabel *intervening*. Model penelitian yang dapat dijadikan pedoman analisis jalur adalah

Bagan Analisis Jalur Dari bagan analisis jalur tersebut dapat di atas maka dapat diturunkan menjadi dua sub struktur dalam melakukan analisis jalur.

Keterangan :

X1 = motivasi Kerja

X2 = Lingkungan Kerja

Z = kepuasan kerja

Y = Kinerja.

4. Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, dimana salah satu variabel independennya tetap/dikendalikan. Sugiyono (2007) merumuskan uji t statistik sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Korelasi Parsial

n = Jumlah anggota sampel

Dalam melakukan estimasi data maka digunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5 %. Uji Parsial atau Uji t-statistik digunakan untuk menguji keabsahatan koefisien regresi secara parsial. Selanjutnya hasil perhitungan dikonsultasikan dengan nilai t_{tabel} dengan taraf kesalahan α 5 % dengan tingkat kepercayaan 95%, dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , sebagai berikut :

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $P_{hitung} \leq 0,05$	Hipotesa nol ditolak dan hipotesa alternatif diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel <i>independent</i> (motivasi dan disiplin kerja) terhadap variabel <i>dependent</i> (kinerja).
$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $P_{hitung} \geq 0,05$	Hipotesa nol diterima dan hipotesa alternatif ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel <i>independent</i> (motivasi dan disiplin kerja) terhadap variabel <i>dependent</i> (kinerja).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jalur

Untuk mengetahui persamaan analisis jalur, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

1. Analisis Pengaruh Motivasi Kerja (x1) Dan Lingkungan Kerja (X2) Terhadap Kepuasan Kerja (Z)

Berikut ini akan di bahas tentang penengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja dapat di lihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Analisis Persamaan Struktur 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24,827	6,537		3,767	,001
X1	,380	,085	,582	4,453	,000
X2	,071	,095	,079	,742	,463

a. Dependent Variable: z

Dengan tingkat signifikan untuk uji dua arah 5% (0.05), dan jumlah responden 41 orang maka di dapat t_{tabel} adalah $df=n-4$ ($41-4=37$), sehingga di peroleh $t_{tabel} = 2,026$.

Berdasarkan hasil analisis seperti tabel 4.10 di atas di ketahui bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tetapi variabel lingkungan kerja tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan kerja, sehingga persamaan struktur 1 di ketahui jika setiap peningkatan motivasi kerja dapat meningkatkan kepuasan kerja, tapi sebaliknya lingkungan kerja tidak dapat meningkatkan kepuasan kerja.

Koefisien jalur variabel lain (tingkat error):

$$\begin{aligned}
 e &= \sqrt{1 - RSquare} \\
 &= \sqrt{1 - 0,361} \\
 &= 0,79 \\
 &= 79,9\%
 \end{aligned}$$

Pengaruh variabel lain terhadap motivasi adalah 79,9 %
Sehingga dapat di ketahui bahwa persamaan struktur 1 adalah sebagai berikut:

$$Z = Pzx1 X1 + Pzx2 X2 + e$$

$$Z = 0,582 X1 + 0,097 X2 + 0,79e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

- a. Setiap terjadi peningkatan motivasi kerja akan di ikuti peningkatan kepuasan kerja
 - b. Setiap terjadi peningkatan lingkungan kerja tidak di ikuti peningkatan kepuasan
2. Analisis Pengaruh Motivasi Kerja (X1), Lingkungan Kerja (x2) dan Kepuasan kerja (z) Terhadap Kinerja (Y).

Hasil analisis pengaruh motivasi kerja, lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja PNS pada dinas tanaman pangan hortikultura dan perkebunan kota sungai penuh dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 8
Analisis Persamaan Struktur 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,554	5,923		1,782	,083
X1	,382	,081	,432	4,691	,000
X2	,247	,074	,250	3,329	,002
z	,772	,125	,571	6,156	,000

a. Dependent Variable: y

Dengan tingkat signifikan untuk uji tingkat signifikan untuk uji dua arah 5% (0.05), dan jumlah responden 41 orang maka di dapat t_{tabel} adalah $df=n-4$ ($41-4=37$), sehingga di peroleh $t_{tabel} = 2,026$.

Berdasarkan hasil analisis seperti tabel 4.11 di atas di ketahui bahwa variabel motivasi kerja, lingkungan kerja dan kepuasan kerja berpegaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sehingga persamaan struktur 2 di ketahui setiap peningkatan motivasi kerja , lingkungan kerja dan kepuasan kerja dapat meningkatkan kinerja.

Koefisien jalur variabel lain (tingkat error).

$$\begin{aligned}
 e &= \sqrt{1 - RSquare} \\
 &= \sqrt{1 - 0,796} \\
 &= 0,45 \\
 &= 45,1\%
 \end{aligned}$$

Pengaruh variabel lain terhadap kinerja adalah 45,1 %

Dari tabel 4.11 di ketahui bahwa persamaan struktur 2 adalah sebagai berikut :

$$Y = P_{yx1} + p_{yx2} + p_{yz} + e$$

$$Y = 0,432 x_1 + 0,250 x_2 + 0,571 z + 0,45e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

- Setiap terjadi peningkatan motivasi kerja akan di ikuti peningkatan kinerja
- Setiap peningkatan lingkungan kerja akan di ikuti peningkatan kinerja
- Setiap peningkatan kepuasan akan di ikuti dengan peningkatan kinerja

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t adalah uji yang di gunakan untuk menguji pengaruh rata-rata dari variabel independen yang di gunakan dalam penilaian. Uji t di analisa dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat dengan tingkat signifikan untuk uji dua arah 5% (0.05), dan jumlah responden 41 orang maka di dapat t_{tabel} adalah $df=n-4$ ($41-4= 37$), sehingga di peroleh $t_{tabel} = 2,026$ dan $df = n-3$ ($41-3=38$) sehingga di peroleh nilai $t_{tabel} = 2.024$.

Untuk membuktikan apakah hipotesis yang di ajukan sebelumnya dapat di terima atau tidak maka digunakan dasar untuk menerima atau menolak hipotesis tersebut dengan kriteria :

- Jika $t_{hit} > t_{tab}$ atau $-t_{hit} < t_{tab}$ maka H_0 di tolak atau signifikan ($prob) < \alpha = 0,05$

- Jika $t_{hit} < t_{tab}$ atau $-t_{hit} > t_{tab}$ maka H_0 di terima atau signifikan ($prob) < \alpha = 0,05$

- Hipotesis pertama : Motivasi Kerja Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.

Berdasarkan analisis yang telah di hitung di peroleh nilai sig sebesar 0,000, nilai sig. Lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$) atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,691 > 2,026$). Dengan demikian motivasi kerja berpegaruh positif dan signifikan terhadap

kinerja pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh. Dengan kata lain hipotesis yang telah di ajukan di terima pada $\alpha = 0,05$.

- Hipotesis pertama : lingkungan Kerja Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kinerja Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.

Berdasarkan analisis yang telah di hitung di peroleh nilai sig sebesar 0,000, nilai sig. Lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,002 < 0,05$) atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,329 > 2,026$). Dengan demikian lingkungan kerja berpegaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh. Dengan kata lain hipotesis yang telah di ajukan di terima pada $\alpha = 0,05$.

- Hipotesis pertama : Motivasi Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan kerja Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.

Berdasarkan analisis yang telah di hitung di peroleh nilai sig sebesar 0,000, nilai sig. Lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$) atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,453 > 2,024$). Dengan demikian kepuasan kerja berpegaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh. Dengan kata lain hipotesis yang telah di ajukan di terima pada $\alpha = 0,05$.

- Hipotesis pertama : lingkungan kerja tidak Berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan kerja Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.

Berdasarkan analisis yang telah di hitung di peroleh nilai tidak sig

sebesar 0,463, nilai sig. Lebih besar dari alpha 0,05 (0,463 > 0,05) atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,742 < 2,024). Dengan demikian lingkungan kerja tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan kerja pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh. Dengan kata lain hipotesis yang telah di ajukan di tolak pada $\alpha = 0,05$.

5. Hipotesis pertama : kepuasan kerja Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kinerja Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.

Berdasarkan analisis yang telah di hitung di peroleh nilai sig sebesar 0,000, nilai sig. Lebih kecil dari alpha 0,05 (0,000 < 0,05) atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,156 < 2,026). Dengan demikian kinerja berpegaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai Penuh. Dengan kata lain hipotesis yang telah di ajukan di terima pada $\alpha = 0,05$.

Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung

Selanjutnya berapa besar pengaruh dari masing-masing variabel eksogen (x1,x2,z) baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap variabel endogen (Y) dapat di uraikan sebagai berikut :

1. Variabel motivasi kerja (X1)

a. Pengaruh langsung

$$\begin{aligned} X1 \text{ terhadap } z &= px1z \cdot px1z \\ &= 0,582 \cdot 0,582 \\ &= 0,33 \text{ atau } 33 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X1 \text{ terhadap } Y &= (pyx1) \cdot (pyx1) \\ &= (0,432) \cdot (0,432) \\ &= 0,18 \text{ atau } 18\% \end{aligned}$$

Artinya berdasarkan hasil analisis di ketahui bahwa pengaruh langsung variabel motivasi kerja terhadap kepuasan kerja adalah sebesar 33% sedangkan kontribusi langsung variabel motivasi kerja terhadap kinerja adalah 18%.

B. Pengaruh tidak langsung

$$X1 \text{ terhadap } Y \text{ melalui } Z = pyx1 \cdot pyx1 \cdot pyz$$

$$\begin{aligned} &= (0,432) \cdot (0,582) \cdot \\ (0,571) &= 0,14 \text{ atau } 14 \% \end{aligned}$$

Artinya pengaruh tidak langsung motivasi kerja terhadap kinerja melalui kepuasan kerja pegawai dinas tanaman pangan hortikultura dan perkebunan kota sungai penuh besarnya 14%

2. Variabel lingkungan kerja

A. Pengaruh Langsung

$$\begin{aligned} X2 \text{ Terhadap } Z &= px2z \cdot px2z \\ &= 0,097 \cdot 0,097 \\ &= 0,009 \text{ atau } 0,9 \\ \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X2 \text{ terhadap } Y &= pyx2 \cdot pyx2 \\ &= 0,250 \cdot 0,250 \\ &= 0,06 \text{ atau } 6\% \end{aligned}$$

Artinya berdasarkan hasil analisis di ketahui bahwa pengaruh langsung variabel lingkungan kerja terhadap kepuasan adalah sebesar 0,9 sedangkan kontribusi langsung variabel lingkungan kerja terhadap kinerja adalah sebesar 6%

B. Pengaruh Tidak Langsung

$$\begin{aligned} X2 \text{ Terhadap } Y \text{ Melalui } Z &= pyx2 \cdot pxz2 \cdot pyz \\ &= 0,250 \cdot 0,097 \cdot 0,571 \end{aligned}$$

$$= 0,01 \text{ atau } 1\%$$

Artinya pengaruh tidak langsung motivasi kerja terhadap kinerja melalui kepuasan kerja pegawai dinas tanaman pangan hortikultura dan perkebunan kota sungai penuh 1%.

C. Pengaruh Kepuasan kerja

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} & \\ Z \text{ terhadap } Y &= Z \rightarrow Y \\ &= PYZ \cdot PYZ \\ &= 0,571 \cdot 0,571 \\ &= 0,326 \text{ atau } 32,6\% \end{aligned}$$

Artinya : pengaruh langsung kepuasan terhadap kinerja Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Kota Sungai penuh besarnya 32,6%

4.KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang di lakukan tentang

pengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja, terhadap kinerja melalui kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* dengan analisis jalur antara variabel independen terhadap variabel dependen, maka dapat di kemukakan beberapa kesimpulan antara lain :

1. Berdasarkan tingkat capaian responden (TCR) maka dapat diketahui bahwa variabel kinerja (Y) dikategorikan sangat baik dengan TCR = 88,56% variabel kepuasan kerja (Z) dikategorikan cukup baik dengan TCR = 44,73%, Variabel motivasi kerja (X1) di kategorikan sangat baik dengan TCR = 89,20% dan variabel lingkungan kerja di kategorikan sangat baik dengan TCR = 90,02% pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh.
2. Motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,691 > 2,026$), artinya peningkatan motivasi kerja meningkatkan kinerja pegawai.
3. Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,329 > 2,026$), artinya apabila lingkungan kerja pegawai baik, maka kepuasan pegawai akan tercipta sehingga pegawai akan lebih bersemangat dalam berkerja.
4. Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,156 > 2,026$), artinya peningkatan kepuasan kerja mampu meningkatkan kinerja pegawai.
5. Motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,453 > 2,024$), artinya peningkatan motivasi kerja meningkatkan kepuasan kerja pegawai.
6. Lingkungan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,742 < 2,024$), hal ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja tidak mampu meningkatkan kepuasan kerja.
7. Peran kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* pada pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 0,14 atau 14% sedangkan

secara langsung pengaruh variabel motivasi terhadap kinerja pegawai sebesar 0,18 atau 18% selanjutnya dengan pengaruh total dari motivasi kerja terhadap kinerja pegawai baik secara langsung maupun tidak langsung melalui motivasi sebagai variabel *intervening* adalah sebesar 32%.

8. Peran kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* pada pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 0,01 atau 1% dan secara langsung variabel lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai sebesar 0,06 atau 6% selanjutnya dengan pengaruh total dari lingkungan kerja baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* adalah sebesar 7%

SARAN

Berdasarkan penemuan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka untuk meningkatkan kinerja pada Dinas Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan Kota Sungai Penuh penulis memberikan saran-saran.

1. Meningkatkan kinerja dengan cara:
 - a. Memperbaiki standar kualitas pegawai
 - b. Memperbaiki kerja sama antar pegawai
 - c. Meningkatkan kemampuan pegawai dalam mengerjakan tugasnya.
2. Meningkatkan kepuasan kerja dengan cara:
 - a. Meningkatkan kemampuan pegawai dalam berkerja
 - b. Meningkatkan kejujuran dalam menggunakan wewenang yang di berikan kepada pegawai.
 - c. Meningkatkan kepuasan gaji dengan meningkatkan tunjangan nya
3. Meningkatkan motivasi dengan cara:
 - a. Meningkatkan motivasi pegawai terhadap gaji dengan meningkatkan tunjangan yang di terima pegawai.
 - b. Meningkatkan motivasi kerja pegawai dengan memperhatikan tunjangan keluarga sehingga dapat membantu kebutuhan dasar pegawai.
4. Lingkungan kerja dengan cara:

- a. Meningkatkan keamanan dalam lingkungan kerja sehingga dapat terciptanya kondisi yang nyaman dalam bekerja
- b. Meningkatkan kerja sama antar pegawai dengan rekan kerjanya.

5.REFERENSI

- Abdullah.M.2014. *Manajemen Sumber Daya Dan Evaluasi Kinerja Karyawan*.Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressido.
- Akbar, Usman. 2006.*Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto,Suharsimi.2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
-2006.*prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri,Sofyan.2005. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUL.
- Ambar Teguh Sulitayani And Rosidah.2003.*Manajemen Sumber Daya Manusia*,Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Basuki And Indah Susilowati.2005.*Dampak Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja, Terhadap Semangat Kerja*. Jurnal JRBI Vol 1. No 1. Hal: 31-47.
- Basu Swasta And Hani Handoko ,1897.*Manajemen pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*; Liberti; Yogyakarta.
- Budi W.Soetipjo.2008.*Budaya Organisasi Dan Perubahan*. Penaerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Cauler, Mary.2012. *Management Eleventh Edition*.
- Danang Sunyoto.2012.*Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Publik Dan Bisnis*: Alfabet, Bandung.
- Flippo.2002.*Personel Management Manajemen Personalia* Edisi VII Jilid II, Erlangga, Jakarta.
-2008. *Manajemen Personalia*. USA: McGraw Hill Book Company.
- Hani Handoko, 1987. *Manajemen Pemasaran Analisis perilaku konsumen*. Liberty:Yogyakarta
- Hariandja, Marihot T.E.2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erasindo.
- Hasibuan.M. 2001.*Manajemen Sumber Daya Mamusta*, Jakarta: Bumi Aksara
-2003.*Organiasasi Dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas* Jakarta: Bumi Aksara.
-2006.*Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan kesembilan. Jakarta: PT Bumi Aksara.
-2008.*Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ke II. Jakarta: PT bumi Aksara.
- 2011.*Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
-2012.*Manajmen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
-2014.*Manajemen Sumber Daya Mamusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Prabu, A.A Mangkunegara Anwar. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Restie Marta Dwi Cahyani. 2009. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan*

- terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Karyawan sebagai Variabel Pemoderasi (Survey pada Bank Perkreditan Rakyat di Sukoharjo). Robbins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi*. Edisi kesepuluh. Jakarta: PT. Indeks Kelompok.
- Riduwan. 2004. *Metode Penelitian*, Jilid II Edisi ke II, Jakarta.
- Rivai, Veithzal. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Robbins, Stephen P. 2005. *Perilaku Organisasi*. Edisi kesepuluh. Jakarta: PT. Indeks Kelompok.
- Sardiman, A. M. 2007. *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sedarmayanti, 2007. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, Mandar Maju, Bandung.
- Sekaran Uma, 2006. *Research Methods For Business*, University at Corbandale.
- Siagian, Sondang P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2007, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sudjana, 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Penerbit Tarsito.
- Sukarna, Drs. 2011. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju
- Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (edisi ke 1). Jakarta :Kencana
- Suwatno. 2001. *Asas-asas Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Suci Press.
- Tabrani A. Rusyan, dkk. 2010. *Pendekatan dalam Proses Belajar mengajar*. Bandung: Remaja Karya.
- Tony Listianto dan Bambang Setiaji. Pengaruh Motivasi, Kepuasan, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus di Lingkungan Pegawai Kantor PDAM Kota Surakarta). Wibowo, 2001, *Manajemen Kinerja*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wijono, Sutarto. 2010. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Kencana
- Wirawan, 2007. *Budaya dan iklim organisasi : Teori aplikasi dan penelitian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Undang-Undang Nomor 14 tahun 2005 tentang Kinerja Guru.

**PENGARUH PDRB SEKTOR PENGADAAN LISTRIK DAN GAS TERHADAP PDRB
ADHK DI KOTA SUNGAI PENUH TAHUN 2010-2020**

ANILVA MIRTA GANDI
Anilvamirta6@gmail.com

Main Supervisor : SILVIA RAHAYU, S.P., M.Si
Vice Supervisor : HEPPI SYOFYA, S.E.,M.Si

ABSTRACT

This research starts from the process of preparing proposals, collecting initial data, conducting library studies, designing research models, then analyzing data and writing reports. This research was carried out in Sungai Penuh City by taking secondary data from the electricity and gas procurement sector as a variable (X) and ADHK GRDP data as a variable (Y) at BPS Kota Sungai Penuh, which will then be processed using simple linear regression analysis. From the results of the analysis and discussion, it can be concluded as follows: 1. There is a significant influence between the electricity and gas procurement sector on ADHK GRDP in Sungai Penuh City because the value of t count > t table is $10.261 > 2.26216$, meaning that it is significant, then H_0 is rejected and H_a is accepted or $0.000 < 0.05$. This means that as the GRDP value in the electricity and gas procurement sector increases, the ADHK GRDP in Sungai Penuh City also increases. 2. The large influence of the electricity and gas procurement sector on ADHK's GRDP in Sungai Penuh City is 0.921. Which means that 92.1% ($KD = 0.921 \times 100\%$) GRDP ADHK Sungai Penuh City is influenced by the electricity and gas procurement sector. While the remaining 7.9% ($100\% - 92.1\%$) is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Electricity, Gas, GRDP.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan salah satu bagian penting dari pembangunan nasional dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Maka pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu target utama yang harus dicapai. Pembangunan ekonomi itu pada dasarnya meliputi usaha masyarakat secara keseluruhan untuk mengembangkan kegiatan ekonomi dan mempertinggi tingkat kesejahteraan masyarakatnya. Oleh karena itu pengertian pembangunan ekonomi dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan perkapita penduduk suatu masyarakat meningkat dalam jangka panjang.

Menurut Sukirno (2006:423) dalam kegiatan perekonomian yang sebenarnya pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan fiskal produksi barang dan jasa yang berlaku disuatu negara, seperti pertambahan dan jumlah produksi barang industri, perkembangan infrastruktur, pertambahan jumlah sekolah, pertambahan produksi sektor jasa dan pertambahan produksi barang modal. Perekonomian dianggap mengalami pertumbuhan jika seluruh balas jasa riil terhadap penggunaan faktor produksi pada tahun tertentu lebih besar daripada tahun sebelumnya. Dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi lebih menunjukkan pada perubahan yang bersifat kuantitatif dan biasanya diukur dengan menggunakan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Indikator yang paling penting dari kemajuan perekonomian suatu negara atau daerah adalah melalui pencapaian tingkat Produk Domestik Bruto (PDB) untuk tingkat nasional dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

untuk tingkat daerah setiap tahun. Untuk mencapai sasaran dan tujuan pembangunan tersebut, maka pembangunan perlu didukung oleh berbagai faktor baik ekonomi maupun faktor non-ekonomi.

Menurut Kementerian PPN (Perencanaan Pembangunan Nasional) Listrik merupakan salah satu komoditi strategis dalam perekonomian Indonesia karena selain digunakan secara luas oleh masyarakat terut ama untuk keperluan penerangan jalan. listrik juga merupakan salah satu sumber energi utama bagi sektor industri. Oleh karena itu, pemerintah harus memperhatikan harga penjualan listrik kepada konsumen, hal ini dikarenakan harga listrik yang naik akan memberikan dampak yang signifikan terhadap kenaikan harga-harga umum, sehingga hal ini akan berpengaruh terhadap perekonomian secara makro.

Listrik sebagai komoditas yang besar harus memerlukan pengelolaan yang tepat, hal ini dikarenakan listrik sebagai sumber energi yang tidak bisa disimpan dalam jumlah yang besar. Listrik menjadi suatu kebutuhan energi yang sangat berpengaruh dalam proses pembangunan ekonomi maupun sosial suatu negara baik di Indonesia maupun negara lain. Semua kegiatan ekonomi membutuhkan energi listrik untuk proses produksi. Energi listrik dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan proses produksi seperti untuk barang elektronik, kebutuhan mesin dan teknologi serta untuk penerangan jalan baik itu di jalan besar atau kecil. Sebagai sumber energi yang tidak dapat diperbaharui dan bersifat terbatas, PT.PLN mengeluarkan peraturan kepada pelaku ekonomi baik itu industri, rumah tangga maupun

komersial untuk lebih menghemat penggunaan energi listrik.

Peningkatan jumlah industri-industri baru merupakan salah satu dari penyebab terjadinya pemborosan energi di sektor industri. Pemborosan ini diakibatkan karena para pelaku industri lebih mengandalkan mesin-mesin tua yang boros energi yang diakibatkan dari penggunaan mesin-mesin produksi impor sehingga pelaku industri tidak bisa memperbaharui mesin produksinya tersebut. Konsumen terbesar pengguna energi listrik selain sektor industri adalah sektor rumah tangga, kemudian diikuti sektor komersial, usaha dan transportasi. Untuk sektor transportasi, penggunaan listrik masih minim contohnya hanya dipakai untuk transportasi kereta api listrik. Dengan adanya listrik, diharapkan energi listrik bisa dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sumber energi yang akan bermanfaat dimasa yang akan datang. Penyediaan untuk energi listrik harus seimbang dengan jumlah energi yang dibutuhkan. Hal ini dikarenakan, jika energi listrik banyak yang tidak terpakai maka akan mengakibatkan kapasitas energi listrik yang telah terpasang tidak berpengaruh, sehingga bisa mengakibatkan kenaikan biaya per kwh menjadi mahal.

Menurut Undang-Undang Perindustrian No 3 tahun 2014 yang berisi Pemerintah dan pemerintah daerah wajib menyediakan energi bagi industri baik industri kecil maupun besar. Dengan tersedianya kebutuhan energi listrik yang tinggi pada sektor industri maka, akan meningkatkan PDB sektor industri. Tersedianya energi listrik ini berasal dari PT.PLN (Persero) sebagai produsen listrik. Kosumen listrik PLN terdiri dari sektor

rumah tangga, industri, komersial dan usaha. Sektor yang paling besar dalam pemakai energi listrik adalah sektor rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan untuk sektor industri digunakan untuk industri tekstil, alat mesin, makanan dan sub sektor industri lainnya.

Menurut Todaro (2002) PDRB adalah nilai total atas segenap output akhir yang dihasilkan oleh seluruh sektor perekonomian di tingkat daerah (baik itu yang dilakukan oleh penduduk daerah maupun penduduk dari daerah lain yang bermukim di daerah tersebut).

Prasetyo (2010) menyatakan untuk sektor industri, energi listrik yang dibutuhkan setiap tahunnya semakin tinggi sehingga, dibutuhkan ketersediaan infrastruktur listrik yang mendukung pelaksanaan produksi bahan baku di sektor produksi. Hal ini dikarenakan sektor industri merupakan sektor yang melakukan proses pengelolaan yang umumnya merupakan kombinasi dari tenaga kerja manusia dan mesin sehingga penyediaan infrastruktur sangat penting dalam mendukung sektor industri. Dengan adanya ketersediaan energi listrik untuk mendukung sektor industri, maka permintaan listrik akan semakin tinggi di sektor industri. Dengan tingginya permintaan listrik di sektor industri, menyebabkan jumlah pelanggan listrik di sektor industri semakin tinggi setiap tahunnya, dengan meningkatnya pembangunan sektor industri pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Maqin (2011) mengatakan bahwa listrik dan gas berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan menunjukkan bahwa penggunaan listrik dan gas terutama disektor

industri merupakan suatu hal yang sangat penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi, karena listrik dibutuhkan sebagai faktor utama dalam menunjang kegiatan proses produksi disektor manufaktur.

Familioni (2004) menjelaskan bahwa infrastruktur dibedakan menjadi infrastruktur ekonomi dan infrastruktur sosial. Infrastruktur ekonomi diantaranya utilitas publik seperti listrik, telekomunikasi, suplai air bersih, sanitasi, dan saluran pembuangan dan gas. Ketersediaan infrastruktur yang baik dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas. Infrastruktur secara tidak langsung akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat dan bagi pelaku bisnis melalui penurunan biaya dan perluasan pasar yang nantinya akan berpengaruh secara bersama-sama terhadap produk domestik bruto.

Krismanti (2009) dengan semakin majunya suatu wilayah, kebutuhan akan listrik menjadi tuntutan primer yang harus dipenuhi, tidak hanya untuk rumah tangga namun juga untuk kegiatan ekonomi terutama industri. Dalam kehidupan masyarakat yang semakin modern, semakin banyak peralatan rumah tangga, peralatankantor serta aktivitas-aktivitas masyarakat yang mengandalkan sumber energi dari listrik.

Oleh karena itu tak dapat dipungkiri, khususnya bagi bangsa Indonesia, energi listrik memegang peranan yang sangat dominan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan baik di rumah, perkantoran, pertokoan, pabrik, fasilitas umum, sosial dan sebagainya sangat tergantung keberadaan listrik.

Ketergantungan bangsa ini terhadap energi listrik sangat besar, sehingga ketidak tersediaan listrik akan menimbulkan masalah yang krusial, bahkan bisa mengakibatkan lumpuhnya roda perekonomian bangsa.

Ketersediaan pasokan energi listrik merupakan komponen *input* penting dalam proses produksi semakin banyak dibutuhkan oleh Sektor industri karena menjadi tantangan yang besar bagi sektor industri bagaimana mengolah energi listrik dengan efektif. Hal ini menyebabkan terjadinya krisis listrik yang dipengaruhi oleh pesatnya pertumbuhan permintaan listrik namun tidak ikuti dengan penambahan jaringan distribusi dan pembangkit listrik sehingga perlu adanya intervensi dari pemerintah untuk meningkatkan kualitas permintaan listrik yang semakin baik kedepan. Semakin tingginya permintaan listrik juga berakibat terjadinya pemborosan yang menyebabkan terjadinya pemutusan atau pembagian listrik yang bergilir. Hal ini terjadi karena PLN belum bisa mencukupi kebutuhan listrik penduduk akibat da ri dampak tingginya harga energi batu bara dan minyak bumi yang tinggi, sehingga diperlukan penghematan dalam penggunaan kebutuhan listrik.

Kota Sungai Penuh adalah kota terbesar kedua di Provinsi Jambi, Indonesia. Kota ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2008 yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Kerinci dan pengesahannya dilakukan oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 8 Oktober 2009. PDRB Kota Sungai Penuh mengalami perkembangan setiap tahun yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1.
PDRB ADHK Kota Sungai Penuh
Tahun 2010 sd 2020

No.	Tahun	PDRB ADHK (Rupiah)	Pertumbuhan (%)
1	2010	2.592.930.000.000	-
2	2011	2.770.910.000.000	6,86
3	2012	2.967.370.000.000	7,09
4	2013	3.218.240.000.000	8,45
5	2014	3.460.940.000.000	7,54
6	2015	3.705.360.000.000	7,06
7	2016	3.946.470.000.000	6,51
8	2017	4.183.870.000.000	6,02
9	2018	4.388.180.000.000	4,88
10	2019	4.609.660.000.000	5,05
11	2020	4.602.980.000.000	-0,14
Jumlah		40.446.910.000.000	59
Rata-rata		3.676.991.818.181,82	5,39

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Sungai Penuh, Tahun 2020.

Pertumbuhan PDRB ADHK menunjukkan perkembangan yang berfluktuasi selama periode penelitian meski pada tahun 2020 terjadi penurunan hingga mencapai angka -0,14%. Dimana kondisi ini hampir terjadi diseluruh wilayah di Indonesia akibat dari permasalahan pandemi. Meskipun demikian secara rata-rata PDRB ADHK Kota Sungai Penuh tumbuh sebesar 5,39% selama tahun 2010-2020. PDRB ADHK terdiri atas 17 sektor ekonomi yang berkontribusi terhadap nilai total PDRB, salah satunya adalah sektor pengadaan listrik

dan gas seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.2. berikut.

Tabel 1.2.
PDRB Sektor Pengadaan Listrik
dan Gas (Rupiah) Kota Sungai Penuh
Tahun 2010 sd 2020

No.	Tahun	PDRB Sektor Pengadaan Listrik dan Gas (Milyar Rupiah)	Pertumbuhan (%)
1	2010	580.000.000	-
2	2011	660.000.000	13,79
3	2012	730.000.000	10,61
4	2013	780.000.000	6,85
5	2014	890.000.000	14,10
6	2015	970.000.000	8,99
7	2016	970.000.000	0,00
8	2017	980.000.000	1,03
9	2018	990.000.000	1,02
10	2019	1.030.000.000	4,04
11	2020	1.140.000.000	10,68
Jumlah		9.720.000.000	71
Rata-rata		883.636.363,64	6,46

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Sungai Penuh, Tahun 2020.

Berbeda dari PDRB ADHK, pada sektor pengadaan listrik mengalami pertumbuhan dengan angka yang sangat fluktuasi hampir terjadi setiap tahun selama periode tahun 2010-2020. Dimana pada tahun 2011 tumbuhan sebesar 13,79% sedangkan pada tahun 2012 dan 2013 mengalami penurunan. Pada tahun 2014 kembali meningkat dengan angka pertumbuhan sebesar 14,10% dimana menjadi angka pertumbuhan tertinggi. Selanjutnya pada tahun 2015 turun kembali pada angka 8,99% dan pada tahun 2016 tidak mengalami pertumbuhan sama sekali. Pada tahun 2020 pertumbuhan mengalami peningkatan kembali sebesar 10,68%. Akan tetapi secara rata-rata sektor ini tumbuh sebesar 6,46% selama tahun 2010-2020.

Dari tabel 1.1. dan 1.2. diatas dapat di lihat bahwa fenomena bahwa PDRB sektor Pengadaan Listrik dan Gas tidak mengalami pertumbuhan yang sejalan dengan PDRB ADHK, dimana PDRB ADHK mengalami pertumbuhan yang berfluktuasi pada angka yang relatif sama, sedangkan pada PDRB sektor Pengadaan Listrik dan Gas memiliki pertumbuhan dengan fluktuasi angka yang jauh berbeda yang hampir terjadi setiap tahun 2010-2020. Dari keseluruhan sektor ekonomi pun di Kota Sungai Penuh sektor ini juga memiliki nilai paling rendah dari 17 sektor PDRB lainnya. Meskipun demikian, sektor ini tidak bisa dilepas dari kegiatan masyarakat karena memiliki peran terhadap pembentukan PDRB Kota Sungai Penuh sesuai dengan teori dan dari hasil penelitian sebelumnya meskipun nilainya paling rendah. Dari fenomena ini maka menjadi alasan bagi penulis untuk meneliti lebih lanjut, dari data-data yang sudah diperoleh dan akan diolah pada tahap selanjutnya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Umi Safitri Arindini dengan judul Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Jalan, Listrik dan PMA Terhadap PDRB Daerah Istimewa Yogyakarta Periode Tahun 2004-2016. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Jalan, Listrik dan

PMA (Penanaman Modal Asing) terhadap PDRB yang diukur dengan PDRB ADHK 2010. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Jalan, Listrik dan PMA secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel PDRB. Secara individu variabel Jalan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel PDRB di Daerah Istimewa Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

1. Ruang Lingkup penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Sungai Penuh, Kota Sungai Penuh adalah kota terbesar kedua di Provinsi Jambi, Indonesia. Kota ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2008 yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Kerinci dan pengesahannya dilakukan oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 8 Oktober 2009.

Penelitian ini dimulai dari proses penyiapan proposal, pengumpulan data awal, melakukan studi kepustakaan, mendesain model penelitian, setelah itu baru menganalisa data dan penulisan laporan. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Sungai Penuh dengan mengambil data sekunder sektor pengadaan listrik dan gas sebagai variabel (X) serta data PDRB ADHK sebagai variabel (Y) di BPS Kota Sungai Penuh, yang selanjutnya akan diolah menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dengan waktu penelitian ± 1 bulan.

2. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder dengan menggunakan pendekatan regresi linier sederhana. Data yang diperoleh adalah data sekunder Sekunder. Menurut Hasan (2002:58) data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

3. Sumber Data

Adapun Sumber Data tersebut bersumber dari:

1. Badan Pusat Statistik Kota Sungai Penuh, berupa data sektor pengadaan listrik dan gas dan data PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh yang terkait dengan penulisan ini.
2. Referensi lainnya berupa jurnal, laporan-laporan yang terkait dengan penulisan ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh sejumlah data yang diperlukan, maka dilakukan penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data dengan Penelitian Kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan serta membaca literatur-literatur, artikel-artikel, serta karangan ilmiah lainnya yang erat hubungannya dengan masalah yang dibahas, sehingga dapat membantu dalam penulisan skripsi ini.

5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. PDRB ADHK (Y) adalah merupakan total PDRB dari seluruh sektor perekonomian dalam bentuk PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh dari tahun 2010-2020 dalam satuan Milyar Rupiah
2. Sektor pengadaan listrik dan gas (X) adalah merupakan bagian dari sektor PDRB di Kota Sungai Penuh yang dinyatakan dalam satuan Milyar Rupiah, tahun 2010-2020.

6. Metode Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Deskriptif Kualitatif
Merupakan analisis untuk suatu objek pada kondisi suatu peristiwa sekarang. Tujuan analisis ini adalah untuk membuat

deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan.

2. Metode Deskriptif Kuantitatif
Metode deskriptif kuantitatif merupakan alat untuk meneliti dengan melakukan perhitungan yang berkaitan dengan melalui parameter yang jelas dan terukur yang telah diajukan kepada responden.

7. Alat Analisis Data

A. Regresi Linear Sederhana

Metode Regresi Sederhana yaitu menganalisis data untuk mengetahui Pengaruh PDRB Sektor Pegadaan Listrik dan Gas Terhadap PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh dan dinyatakan dalam fungsi menurut Santoso (2005:73) yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = PDRB ADHK (Rp)

X = PDRB Sektor Pengadaan Listrik dan Gas (Rp)

b = Koefisien Regresi

e = Error Term.

B. Koefisien Determinasi

Santoso (2005:84) koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama-sama mampu memberikan penjelasan terhadap variabel dependen. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$), dimana bila nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya. Sebaliknya, bila nilai koefisien mendekati 0, maka model tersebut dikatakan kurang baik karena semakin kecil hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya.

$$KD = R^2 \cdot 100\%$$

Dimana :

R^2 = Koefisien Determinasi.

C. Uji Statistik t

Santoso (2005:102) uji t-statistik merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana masing-masing koefisien regresi signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Dalam hal ini digunakan hipotesis sebagai berikut :

Ho: $b_i = b$

Ha: $b_i \neq b$

Dimana b_i adalah koefisien variabel independen ke-I dari nilai parameter hipotesis, dan biasanya b dianggap = 0, artinya, tidak ada pengaruh variabel X_1 terhadap Y . Dengan kriteria :

1. Bila t -hitung > t -tabel, maka pada tingkat kepercayaan tertentu H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan. Hal ini berarti bahwa variabel PDRB sektor pengadaan listrik dan gas berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap variabel PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh tahun 2010-2020
2. Bila t -hitung < t -tabel maka pada tingkat kepercayaan tertentu H_0 diterima, artinya bahwa variabel PDRB sektor pengadaan listrik dan gas tidak berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap variabel PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh tahun 2010-2020.

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Dimana :

b = koefisien regresi

Sb = standar error.

Alat analisis ini selanjutnya akan diolah lebih lanjut dengan menggunakan program SPSS versi 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Regresi Linier Sederhana

Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel uji coefficients berdasarkan output SPSS versi 23 terhadap variabel independen, yaitu sektor pengadaan listrik dan gas terhadap PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh, ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut .

Tabel 4.4
Hasil Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	100876531381,008	354536157433,820		,285	,782
PDRB sektor pengadaan listrik dan gas	4047,044	394,412	,960	10,261	,000

a. Dependent Variable: PDRB ADHK

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 23, 2020.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut : $Y = 100.876.531.381,007 + 4.047,044X$.

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) positif sebesar 100.876.531.381,007 berarti jika PDRB sektor pengadaan listrik dan gas bernilai konstan maka PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh (Y) bernilai sebesar 100.876.531.381,007 satuan.
2. Koefisien PDRB sektor pengadaan listrik dan gas (β) sebesar 4.047,044 jika PDRB sektor pengadaan listrik dan gas naik sebesar Rp.1, maka PDRB Kota Sungai Penuh akan meningkat sebesar 4.047,044 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain konstan.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel sektor transportasi dan pergudangan terhadap PDRB ADHK dapat dijelaskan pada tabel 4.5

Tabel 4.5
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,960 ^a	,921	,913	215759707 465,93777

a. Predictors: (Constant), PDRB sektor pengadaan listrik dan gas

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 23, 2020

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai *R square* sebesar 0,921. Yang berarti 92,1% ($KD = 0,921 \times 100\%$) PDRB ADHK Kota Sungai Penuh dipengaruhi oleh sektor pengadaan listrik dan gas. Sisanya 7,9% ($100\% - 92,1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Pengujian Hipotesis Uji t

Berdasarkan hasil tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa variabel sektor pengadaan listrik dan gas mempunyai nilai *t* hitung 10,261 atau nilai signifikan sebesar 0,000. *Level of significant* sebesar 0,05 dan *t* hitung $> t$ tabel di mana *t* tabel di dapat dari $df = n - k = 11 - 2 = 9$ (2,26216), Karena $10,261 > 2,26216$ artinya signifikan maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau $0,000 < 0,05$ sehingga H_a yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sektor pengadaan listrik dan gas PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh dapat diterima.

4. Pembahasan

Terdapat pengaruh yang signifikan antara sektor pengadaan listrik dan gas terhadap PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh karena nilai *t* hitung $> t$ tabel yaitu $10,261 > 2,26216$ artinya signifikan maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Umi Safitri Arindini dengan judul Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Jalan, Listrik dan PMA Terhadap PDRB Daerah Istimewa Yogyakarta Periode Tahun 2004-2016. Uji *Hausman Test*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Jalan, Listrik dan PMA secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel PDRB. Secara individu variabel Jalan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel PDRB di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori menurut Maqin (2011) mengatakan bahwa listrik dan gas berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan menunjukkan bahwa penggunaan listrik dan gas terutama disektor industri merupakan suatu hal yang sangat penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi, karena listrik dibutuhkan sebagai faktor utama dalam menunjang kegiatan proses produksi disektor manufaktur.

Serta Familioni (2004) menjelaskan bahwa infrastruktur dibedakan menjadi infrastruktur ekonomi dan infrastruktur sosial. Infrastruktur ekonomi diantaranya utilitas publik seperti listrik, telekomunikasi, suplai air bersih, sanitasi, dan saluran pembuangan dan gas. Ketersediaan infrastruktur yang baik dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas. Infrastruktur secara tidak langsung akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat dan bagi pelaku bisnis melalui penurunan biaya dan perluasan pasar yang nantinya akan berpengaruh secara bersama-sama terhadap produk domestik bruto.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, di pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara sektor pengadaan listrik dan gas terhadap PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh karena nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $10,261 > 2,26216$ artinya signifikan maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat nilai PDRB sektor pengadaan listrik dan gas maka PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh juga semakin meningkat.
2. Besar pengaruh sektor pengadaan listrik dan gas terhadap PDRB ADHK di Kota Sungai Penuh sebesar 0,921. Yang berarti 92,1% ($KD = 0,921 \times 100\%$) PDRB ADHK Kota Sungai Penuh dipengaruhi oleh sektor sektor pengadaan listrik dan gas. Sedangkan sisanya 7,9% ($100\% - 92,1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

1. Sektor industri merupakan sektor yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai tambah yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan. Sektor industri merupakan salah satu sektor penyumbang PDRB. Dengan tingginya permintaan di Sektor industri, maka dibutuhkan infrastruktur pendukung majunya sektor industri yaitu ketersediaan energi seperti listrik. Bagi sektor industri, peran pemerintah sangat penting untuk menyediakan infrastruktur industri seperti energi. Oleh karena itu, pemerintah dan pemerintah daerah wajib untuk menyediakan energi bagi industri kecil maupun besar. Selain itu, pemerintah diharapkan membangun basis-basis energi yang merata untuk meningkatkan kebutuhan sektor industri di Kota Sungai Penuh
2. Untuk meningkatkan akselerasi pertumbuhan ekonomi daerah, pemerintah perlu lebih memprioritaskan pembangunan infrastruktur ekonomi dan sosial yang memiliki kontribusi besar

terhadap pertumbuhan perekonomian daerah yaitu dimulai dari infrastruktur jalan, listrik dan air

3. Bagi para peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan cara penelitian yang sejenis tetapi dengan variabel yang berbeda atau variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sehingga dapat dilihat bahwa selain listrik dan gas terdapat juga variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi produk domestik regional bruto.

REFERENSI

- Adisasmita, Rahardjo. 2005. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Edisi 2. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Alder Nachrowi dan Rustiadi, Hardius. 2008. *Penggunaan Teknik Ekonometrik*. Ed 1-3. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Anas, A., Lee K.S. Murray M. 2006. *Infrastruktur Bottleneck, private Provision, and Industrial Productivity : A Study of Indonesia and Thai Cities*. The World Bank, Policy Research Working Paper No. 1603.
- Arsyad, Lincoln. 2006. *Ekonomi Pembangunan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Statistik Sosial dan Kependudukan Hasil Susenas*. Jakarta : BPS.
- Badan Pusat Statistik Kota Sungai Penuh. 2020. www.bpskotasungaipenuh.go.id
- Boediono. 2005. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 2 BPFE : Yogyakarta.

- Diyah, Ayu Setyo dan Nur Zam Zami. 2018. *Analisis Pengaruh PDBB Sektor Industri, Jumlah Pelanggan Listrik Industri Dan Harga Solar Terhadap Permintaan Listrik Sektor Industri Di Indonesia Periode 2003-2017*. Jurnal Buletin Studi Ekonomi. Vol. 23 No. 2.
- Familoni, K. A., 2004. *The Role of Economic and Social Infrastructure in Economic Development: A Global View*.
- Gilarso, Dr., T. 2003. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Edisi Revisi. Kanisius: Yogyakarta.
- Hasan, Muslim. 2002. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Cv Alfabeta, Bandung.
- Jhingan, M.L. 2000. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Edisi Pertama Penerjemah Guritno. Jakarta. Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Kadir, Abdul. 2010. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Deviden pada Perusahaan Credit Agencies Go Public di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Manajemen Akuntansi, Vol.11. No.1.
- Krismanti, Tri Wahyuni. 2009. *Analisis Pengaruh Infrastruktur Ekonomi dan Sosial Terhadap Produktivitas Ekonomi di Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor: Bogor.
- Kuznets, Simon. 2002. *Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erl.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Maqin, Agus. 2011. *Analisis Spasial dari Pola Kebutuhan Listrik di Provinsi Banten*. Pusat Teknologi Sumber Daya Energi dan Industri Kimia (PT.SEIK).
- Pihri, Buhaerah. 2015. *Pengaruh Konsumsi Listrik Dan Industrialisasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi*. Jurnal Manajemen Bisnis Vol.1 No 3.
- Prasetyo, Iva. 2010. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan Listrik pada sektor Industri di Indonesia*. Depok: Fakultas Ekonomi Progran Perencanaan dan Kebijakan Publik. Universitas Indonesia.
- Prasetyo, Iva. 2009. *Pengaruh Infrastruktur pada Pertumbuhan Ekonomi Wilayah di Indonesia*.
- Santoso. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiharto. 2017. *Analisis Pengaruh Infrastruktur Jalan Dan Listrik Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Lampung Utara Tahun 2007-2016 Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi Pembangunan e-ISSN Vol. 2 2017.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Pustaka.
- Suryana, 2000. *Ekonomi Pembangunan: Problematika dan Pendekatan*. Jakarta. Salemba Empat.
- Todaro, Michael, P. 2002. *Ekonomi Pembangunan Edisi Keempat*. Alih Bahasa Haris Munandar. PT. Raja Grafindo.

- Todaro, Michael. P dan Smith, Steven. C. 2004. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Penerbit Erlangga. Edisi Kedelapan. Alih Bahasa Haris Munandar. PT. Raja Grafindo.
- Umi, Safitri Arindini. 2017. *Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Jalan, Listrik Dan PMA Terhadap PDRB Daerah Istimewa Yogyakarta Periode Tahun 2004-2016*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 3, Nomor 5, 2017.

**ANALISIS PENGARUH INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA
DAN JUMLAH PENDUDUK TERHADAP
KEMISKINAN DI PROVINSI RIAU
TAHUN 2010-2020**

DENO FANNY

Pembimbing Utama : Osi Hayuni Putri, S.E., M.E
Pembimbing Pendamping : Mauledy Ahmad, S.E., M.M.
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh antara Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau tahun 2010-2020. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian analitis yaitu suatu penelitian yang menganalisis data yang mengarah pada suatu kesimpulan, suatu populasi, bersifat inferensial.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari instansi pemerintah yaitu Bps Provinsi Riau. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda, dengan hasil analisis yaitu :

Ada pengaruh yang signifikan antara IPM (X_1) terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020, secara parsial. tidak ada pengaruh yang signifikan antara Jumlah Penduduk (X_2) terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020, secara parsial. IPM dan Jumlah Penduduk berpengaruh signifikan terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020, secara simultan.

Besarnya pengaruh yang diberikan oleh IPM terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau secara parsial hanya sebesar 42,72%. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau parsial sebesar 13,45%. Besar pengaruh yang diberikan IPM dan Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau secara simultan sebesar 56,2%

**Kata Kunci : Indeks Pembangunan Manusia, Jumlah Penduduk,
Kemiskinan**

ABSTRACT

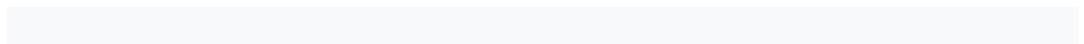
This study aims to determine and analyze whether there is an influence between the Human Development Index and the Total Population on Poverty in Riau Province in 2010-2020. This research is categorized as analytical research, which is a study that analyzes data that leads to a conclusion, a population, which is inferential.

The data used in this study is secondary data obtained from government agencies, namely Bps Riau Province. The analytical tool used in this study is Multiple Linear Regression, with the results of the analysis as follows:

There is significant effect between IPM (X1) on Poverty in Riau Province in 2010-2020, partially. There is no significant effect between the Total Population (X2) on Poverty in Riau Province in 2010-2020, partially. HDI and Population have a significant effect on Poverty in Riau Province in 2010-2020, simultaneously.

The amount of influence given by the IPM on Poverty in Riau Province is partially only 42,72%. The amount of influence given by the Total Population on Poverty in Riau Province is partial at 13,45%. The magnitude of the influence given by HDI and Total Population on Poverty in Riau Province simultaneously is 56.2%

Keywords: Human Development Index, Population, Poverty



PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan suatu proses perubahan menuju ke arah yang lebih baik dan terus menerus dilakukan untuk mencapai tujuan yakni mewujudkan masyarakat Indonesia yang berkeadilan, berdaya saing, maju yang pada akhirnya adalah kesejahteraan masyarakat. Untuk mencapai kesejahteraan masyarakat, pembangunan nasional menjadi salah satu indikator menuju perubahan ke arah yang lebih baik, pembangunan harus di arahkan sedemikian rupa sehingga setiap langkah yang diambil semakin mendekati tujuan. Salah satu keberhasilan dari pembangunan nasional adalah menurunkan kemiskinan.

Sementara itu, Provinsi Riau di usianya yang kini mencapai 57 tahun telah menjelma menjadi salah satu Provinsi kaya di Nusantara. Hampir semua kekayaan alam

dimiliki Provinsi ini. Di dalam perut buminya terkandung minyak bumi, batubara, emas, timah dan bahan tambang lainnya. Sementara di atasnya terhampar kekayaan hutan, perkebunan dan pertanian dalam arti luas. Provinsi Riau yang kaya akan sumber daya alam tapi masih banyak penduduk Riau yang tergolong kategori penduduk miskin. Hal ini terjadi dikarenakan jumlah penduduk yang tinggi serta tidak didukung oleh pendidikan dan keterampilan yang memadai, sempitnya kesempatan kerja, pertumbuhan ekonomi, serta PDRB perkapita merupakan akar permasalahan kemiskinan. Selain itu juga disebabkan oleh semakin banyaknya jumlah penduduk yang pindah dari Desa ke Kota maupun dari luar daerah Riau yang pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak. Namun kenyataannya hal tersebut hanya menambah tingkat kemiskinan.

Tabel 1.1
Garis Kemiskinan, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dan Jumlah Penduduk Di Provinsi Riau Tahun 2010-2020

No	Tahun	Garis Kemsikinan/Bulan (Rp)	IPM (%)	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	2010	301190	68,65	5.574.928,00
2	2011	296379	68,90	5.762.241,00
3	2012	310603	69,15	5.879.109,00
4	2013	350129	69,91	6.033.268,00
5	2014	379223	70,33	6.188.442,00
6	2015	399211	70,84	6.344.402,00
7	2016	426001	71,20	6.500.971,00
8	2017	456493	71,79	6.657.911,00

9	2018	479944	72,44	6.814.909,00
10	2019	500612	73,00	6.971.745,00
11	2020	544057	72,71	6.394.087,00

Sumber : BPS Provinsi Riau, Tahun 2022

Dari tabel 1.1 diatas terlihat bahwa Garis Kemiskinan di provinsi Riau mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Garis Kemiskinan di provinsi Riau yang tertinggi yaitu pada tahun 2020 yaitu sebesar 544057 Rupiah/Bulan, dan yang terendah yaitu pada tahun 2011 sebesar 296379 Rupiah/Bulan. Pada Indeks Pembangunan Manusia di provinsi Riau mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Indeks pembangunan manusia yang tertinggi yaitu pada tahun 2019 yaitu sebesar 73,00 % dan yang paling rendah yaitu pada tahun 2010 yaitu sebesar 68,65 %. Sedangkan Jumlah penduduk di provinsi Riau mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Jumlah penduduk yang tertinggi di Provinsi Riau yaitu pada tahun 2019 sebesar 6 971 745,00 jiwa, dan jumlah penduduk yang terendah yaitu pada tahun 2010 sebesar 5 574 928,00 jiwa.

Rumusan Masalah

. Dari permasalahan diatas muncul pertanyaan yang mendasar dan dapat dijawab dari penelitian ini

1.
 erapa besarkah pertumbuhan Garis Kemiskinan, Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk di Provinsi Riau tahun 2010-2020?
2.
 apakah terdapat pengaruh Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk terhadap

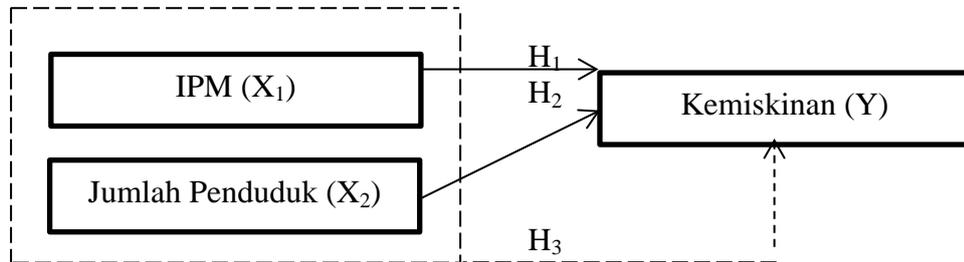
Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 baik secara parsial maupun simultan?

3.
 erapa besarkah Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 baik secara parsial maupun simultan?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.
 ntuk menghitung besarnya pertumbuhan Garis Kemiskinan, Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk di Provinsi Riau pada tahun 2010-2020.
2.
 ntuk mengetahui adanya pengaruh Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020. Baik secara parsial maupun simultan.
3.
 ntuk menghitung besarnya pengaruh Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 baik secara parsial maupun simultan.



Gambar 1.1
Kerangka Konseptual

Keterangan :

- > : Pengaruh parsial
- > : Pengaruh Simultan

METODE PENELITIAN

Untuk penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausalitas yang tergolong dalam pendekatan kuantitas. Penelitian ini menggunakan data sekunder, dan menggunakan variabel bebas yaitu Indeks Pembangunan Manusia (X₁), Jumlah Penduduk (X₂) dan variabel terikat Kemiskinan (Y) di Provinsi Riau selama 11 tahun terhitung mulai dari tahun 2010-2020.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder yang meliputi Indeks Pembangunan Manusia (IPM), Jumlah Penduduk dan kemiskinan di Provinsi Riau dari tahun 2010-2020. Adapun Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah

catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011:33). Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang di kumpulkan berupa dokumen-dokumen, laporan dan buku-buku yang berkaitan erat dengan penelitian.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari website Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau. Dalam menganalisis Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk Terhadap Tingkat Kemiskinan di Provinsi Riau, digunakan pendekatan Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Detrminasi, dan Uji Hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	88,233	26,344		3,349	,010			
	X1	-32,579	25,901	-,575	-1,258	,244	-,743	-,406	-,294
	X2	-3,195	7,485	-,195	-,427	,681	-,690	-,149	-,100

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS Versi 20, 2022

Dari tabel 4.10 di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 88,233 - 32,579X_1 - 3,195X_2$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah :

1. Nilai dari a = 88,233 artinya apabila IPM dan Jumlah Penduduk tetap maka Kemiskinan di Provinsi Riau adalah sebesar 88,233
2. nilai dari b1 = -32,579 artinya apabila IPM naik 1% kemiskinan turun di Provinsi Riau pada tahun 2010-2020 sebesar Rp. -32,579
3. Nilai dari b2 = -3,195 artinya apabila Jumlah Penduduk meningkat sebesar 1 jiwa maka kemiskinan di Provinsi Riau pada tahun 2010-2020 turun sebesar Rp. -3,195

Koefisien Determinasi

A. Secara Parsial

1. Besar Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dianalisis *correlations* secara parsial yang bisa dilihat pada tabel *zero order correlations* sebesar -0,743

yang bermakna sebagai r (koefisien korelasi). Untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh variabel IPM terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (\beta \times \text{Zero}) \times 100\% \\ &= (-0,575) \times (-0,743) \\ &\times 100\% \\ &= 42,72\% \end{aligned}$$

Dalam hal ini berarti 42,72% kontribusi variabel IPM terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020.

2. Besar Pengaruh Jumlah Penduduk Terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dianalisis *correlations* secara parsial yang bisa dilihat pada tabel *zero order correlations* sebesar -0,690 yang bermakna sebagai r (koefisien korelasi). Untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh variabel jumlah terhadap kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= (\beta \times \text{Zero}) \times 100\% \\
 &= (-0,195) \times (-0,690) \\
 &\times 100\% \\
 &= 13,45\%.
 \end{aligned}$$

Dalam hal ini berarti 13,45% kontribusi variabel jumlah penduduk terhadap kemiskinan di Provinsi Riau 2010-2020.

B. Secara Simultan

1. Besar Pengaruh IPM dan Jumlah Penduduk Terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020

Untuk mengetahui besarnya pengaruh IPM (X_1) dan Jumlah Penduduk (X_2) terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 (Y) secara simultan dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Koefesien Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,750 ^a	,562	,453	,34814	,562	5,138	2	8	,037

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Sekunder Diolah SPSS Versi 20, 2022

Berdasarkan analisis Tabel 4.7 terdapat *R Square* (Determinasi) adalah 0,562 (adalah pengkuadratan dari koefesien korelasi 0,750) *R Square* dapat disebut Koefesien Determinasi atau dapat ditentukan dengan rumus koefesien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= R^2 \times 100\% \\
 &= (0,750)^2 \times 100\% \\
 &= 56,2\%
 \end{aligned}$$

Koefesien Determinasi yang berarti 56,2% yang artinya pengaruh IPM (X_1) dan Jumlah Penduduk (X_2) terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 (Y). Sedangkan sisanya (100% - 56,2%), yaitu 43,8% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikan pengaruh IPM (X_1) dan Jumlah Penduduk (X_2) terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 (Y) secara parsial menggunakan uji t. Uji t dengan cara membandingkan nilai t hitung > t tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05), Dengan rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2013:80) didapatkan t tabel dengan cara :

$$\begin{aligned}
 df &= n - k \\
 df &= 11 - 3 \\
 df &= 8
 \end{aligned}$$

Dengan keterangan dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel sehingga dengan df = 8 dan $\alpha = 5\%$ (0,05) didapatkan t tabel adalah : 2.30600. Sedangkan untuk t

hitung dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini .

Tabel 4.8
Hasil Ringkasan Uji t

Coefficients ^a									
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	88,233	26,344		3,349	,010			
	X1	-32,579	25,901	-,575	-1,258	,244	-,743	-,406	-,294
	X2	-3,195	7,485	-,195	-,427	,681	-,690	-,149	-,100

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Sekunder Diolah SPSS Versi 20, 2022

Pada tabel 4.8 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut :

1. IPM (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020, ini dibuktikan dengan $-t$ hitung $>$ $-t$ tabel ($-1,258 > -2,30600$) serta dengan nilai signifikansi = $0,244 > 0,050$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara IPM terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020.
2. Jumlah Penduduk (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020, ini dibuktikan dengan $-t$ hitung $>$ $-t$ tabel ($-0,427 > -2,30600$) serta dengan nilai signifikansi = $0,681 > 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020.

2) Uji F

Untuk menguji signifikan pengaruh IPM (X_1) dan Jumlah Penduduk (X_2) terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020 (Y), secara simultan menggunakan uji F. Uji F dengan cara membandingkan nilai F hitung $>$ F tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05), Dengan rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2013:90) didapatkan F tabel dengan cara:

$$df_1 = k - 1 \quad (3 - 1 = 2)$$

$$df_2 = n - k \quad (11 - 3 = 8)$$

Dengan keterangan dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel sehingga dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 8$, dan $\alpha = 5\%$ (0,05) didapatkan F tabel adalah F_{tabel} adalah : 4.46. Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Ringkasan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,245	2	,623	5,138	,037 ^b
	Residual	,970	8	,121		
	Total	2,215	10			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Sekunder Diolah SPSS Versi 20, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 dari uji ANOVA atau F tes ternyata didapat F hitung 5,138 : dimana F hitung > F tabel (5,138 > 4.46) serta dengan nilai signifikansi = 0,037 < 0,050 maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya IPM dan Jumlah Penduduk berpengaruh signifikan terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, di pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Pertumbuhan Kemiskinan di Provinsi Riau dari tahun 2010-2020 sebesar 61,51%, pertumbuhan Indeks Pembangunan Manusia di Provinsi Riau dari tahun 2010-2020 sebesar 5,77% dan pertumbuhan Jumlah Penduduk di Provinsi Riau dari tahun 2010-2020 sebesar 14,33%.
2. ada pengaruh yang signifikan antara IPM (X_1) terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020, secara parsial

tidak ada pengaruh yang signifikan antara Jumlah Penduduk (X_2) terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020, secara simultan IPM dan Jumlah Penduduk berpengaruh signifikan terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau Tahun 2010-2020.

3. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh IPM terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau secara parsial sebesar 42,72%. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau parsial hanya sebesar 13,45%. Besar pengaruh yang diberikan IPM dan Jumlah Penduduk terhadap Kemiskinan di Provinsi Riau secara simultan sebesar 56,2%.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, Dkk. 2018. 'Pengaruh Pendidikan, Pendapatan Perkapita Dan Jumlah Penduduk Terhadap Kemiskinan Di Provinsi Jawa Timur', 2 (2018), 167–80
- Adisasmita, Rahardjo. 2005. *Dasar-dasar Ekonomi Wilayah*. Penerbit Graha Ilmu.
- Abdurrahman Ginting, Esensi Praktis Belajar dan Pembelajaran, Bandung: Humaniora, 2008.
- Amir, Taufiq. 2009. *Inovasi Pendidikan Melalui Problem Based Learning*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Agus M. Hardjana. 2003. *Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Badrudin, Rudy. 2012. *Ekonomika Otonomi Daerah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Deysi, T. L. 2018. *Buku Ajar Mata Kuliah : Metode Penelitian Administrasi Publik*. April, 1-17.
- Gultom, Dkk. 'Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP) Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)', *Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 6.2 (2020), 61–74
- Irawan.2002. *Ekonomi Pembangunan*, Ad 6 Jakarta : BPFE UGM
- Kusnetz dalam Jhingan. 2000. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta : PT Raja Grofindo Persada.
- Lewis. 2009. *Lesson Study: A Handbook of Teacher-Led Instructioanal*. Philadelphia. PA:Research For Better Schools.
- Mahsunah, Durrotul, 'Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk, Pendidikan Dan Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Jawa Timur', *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 2013
- Mulyadi, S. *Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Pembangunan* (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2003)

- Muliza, Muliza, 'Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk Dan Produk Domestik Regional Bruto (Pdrb) Terhadap Kemiskinan Di Kabupaten Nagan Raya', *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 12.1 (2020), 63 <<https://doi.org/10.47498/tasyri.v12i01.361>>
- Nabawi, Hafiz, 'Pengaruh Jumlah Penduduk, Tingkat Pendidikan Dan PDRB Terhadap Kemiskinan Di Kota Malang', *OECONOMICUS Journal of Economics*, 2020 <<https://doi.org/10.15642/oje.2020.4.2.104-117>>
- Rizki Amalia Aprilianti, Nurul Imamah, Nurul Iman, 'Pengaruh Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Kabupaten / Kota Jawa Timur', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1.1 (2016), 81–93
- Ranis, Gustav. 2004. *Human Development and Economic Growth*. Center Discussion Paper No.887. Amerika Serikat: Yale University
- Riyadi, Bratakusumah, 2004. *"Perencanaan Pembangunan Daerah"* PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Romi, Syahrur, and Etik Umiyati, 'Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Upah Minimum Terhadap Kemiskinan Di Kota Jambi', 7.1 (2018), 1–7
- Rahmawati, Kurnia Dwi, 'Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Diy Periode 2006-2013', 2017
- Said, Nusa Idaman. 2002. *Penggunaan Media Serat Plastik pada Proses Biofilter Tercelup untuk Pengolahan Air Limbah Rumah Tangga Non Toilet*. Jakarta, BPPT.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta:Salemba Empat
- Syafalevi, 2011. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. LP3ES: Jakarta.
- Sholeh, Ahmad, and Yunie Rahayu, 'Analisis Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Kesehatan Terhadap Kemiskinan Di Propinsi Jambi', *Jurnal Sungkai*, 2018
- Sukirno, Sadano, 2005. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Jakarta : Predana Media Group.
- Sukirno, Sadono, 2006, *MakroEkonomi, Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Solihin, 'Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pengangguran, Pendidikan, Dan Jumlah Penduduk Terhadap Kemiskinan Di Kabupaten/Kota Kepulauan Riau Pada Tahun 2010-2016', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2018

- Silalahi, Remus, dkk. 2014. *PengantarEkonomiMakro*. Bandung CitaPustaka.
- Suryana.2000. *Ekonomi Pembangunan : Problematika dan Pendekatan*. Jakarta : Selemba Empat.
- Suryawati. 2004. *Teori Ekonomi Mikro*. UPP. AMP YKPN. Yogyakarta: Jarnasy
- Suryawati, Chriswardani.2005. *Memahami Kemiskinan Secara Multidimensional*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sugiyono.2005. *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan kesembilan. Alfabet, Bandung.
- Todaro, Michael P. 2000. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Terjemahan Haris Munandar. Jakarta. Erlangga.

**ANALISIS SEKTOR-SEKTOR POTENSIAL DALAM MENENTUKAN PRIORITAS
PEMBANGUNAN DI KABUPATEN KERINCI
TAHUN 2016-2021**

REDOL AGUSTIAN

Pembimbing Silvia Rahayu,S.P.,M.Si

Program Studi Ekonomi Pembangunan

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sektor mana yang memiliki potensi untuk dikembangkan serta prioritas pembangunan di kabupaten kerinci. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk *time_series* yaitu kurun waktu 2016-2021. Data bersumber dari BPS Kabupaten Kerinci dan BPS Provinsi Jambi. Model analisis yang digunakan adalah Analisis LQ, Analisis DLQ dan Analisis Overlay.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa yang mempunyai potensi untuk dikembangkan kedepannya adalah sektor Kontruksi, Informasi & komunikasi, Jasa Pendidikan, Jasa lainnya. Kabupaten Kerinci dalam pemerintahanya diharapkan mampu memprioritaskan sektor-sektor ekonomi yang berpotensi untuk di kelola, dikembangkan, dan lebih fokus ditangani sehingga menghasilkan sektor yang mampu menjadi prioritas serta nilai tambah untuk meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci : Sektor Potensial dan prioritas pembangunan

*ANALYSIS OF POTENTIAL SECTORS IN DETERMINING DEVELOPMENT PRIORITIES
IN KERINCI DISTRICT
YEAR 2016-2021*

REDOL AGUSTIAN

Advisor Silvia Rahayu,S.P.,M.Si

Development Economics Study Program
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims to determine which sectors have the potential to be developed as well as development priorities in Kerinci Regency. The data used in this study is secondary data in the form of time_series, namely the period 2016-2021. Data sourced from BPS Kerinci Regency and BPS Jambi Province. The analytical model used is LQ Analysis, DLQ Analysis and Overlay Analysis.

From this study, it was found that those that have the potential to be developed in the future are the Construction, Information & Communications, Educational Services, and other services sector. Kerinci Regency in its government is expected to be able to prioritize economic sectors that have the potential to be managed, developed, and more focused on handling so as to produce sectors that are able to become priorities and add value to improve the welfare and economy of the community.

Keywords: *Potential Sector and development priorities*

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses guna meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Sasaran dari pada pembangunan ekonomi adalah untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik serta mampu menyerap tenaga kerja yang lebih besar. Pelaksaaan pembangunan harus mampu mewujudkan pembagian pendapatan yang merata bagi seluruh masyarakat sekaligus mencegah melebar nya jurang antara yang kaya dan yang miskin. Pembangunan ekonomi daerah adalah serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah bersama-sama dengan masyarakat dalam mengelola dan manfaat sumber daya, dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat di daerah. Begitu pula dengan pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya alam harus dikelola dengan bijaksana. Pembangunan ekonomi adalah pertumbuhan ekonomi yang diikuti oleh perubahan dalam struktur ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi yang tinggi merupakan salah satu sasaran yang akan dicapai dalam pelaksanaan pembangunan disuatau daerah. Hal ini dapat diukur brdasarkan kenaikan Produk Domestik Bruto dari tahun ketahun. Dengan kata lain PDRB merupakan tolak ukur perkembangan ekonomi secara regional, yang dapat digunakan sebagai dasar perencanaan pembangunan Nasional. Pertumbuhan ekonomi regional yang dicerminkan oleh PDRB sangat dipegaruhi oleh faktor-faktor yang turut memberi andil dalam pertumbuhan produksi dari masing-masing sektor.

Menurut Meankiw (2007:238) pengukuran pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan menghitung pendapatan domestik regional bruto disuatau wilayah. Peningkatan pendapatan masyarakat jelas berkaitan dengan kesempatan kerja yang di peroleh masyarakat di daerah tersebut sendiri, sehingga penentu sektor potensial yang akan menjadi prioritas agar memberikan dampak nyata dalam membangun daerah tersebut dan

memberi peluang kerja bagi masyarakat daerah. Provinsi jambi merupakan salah satu daerah yang melaksanakan otonomi daerah di indonesia, yang mempunyai keluluasan (*descreation*) dalam mengembangkan potensi ekonomi dan sumber-sumber keuangan yang dimilikinya. Data potensi perekonomian provinsi jambi dapat dilihat dari bebagai sektor produksi yang menghasilkan barang dan jasa, yang oleh BPS dikelompokan ke 17 sektor

lapangan usaha yang merupakan variabel perhitungan Produk Domestik Regional Bruto. Selama 4 tahun (2017-2021). Untuk mengetahui dan menganalisis sektor mana yang potensial untuk di kembangkan di kabupaten kerinci. Untuk mengetahui dan menganalisis sektor mana yang mempunyai potensi dalam prioritas pembangunan yang tepat di kabupaten kerinci.

Tabel 1.1
Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jambi Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut
Lapangan Usaha 2017-2021
(Dalam Juta)

Lapangan usaha	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Pertanian, kehutan dan perikanan	34.938.688,59	36.809.088,15	38.041.613,21	39.160.077,88	39.751.936,82	41.234.852,97
Pertambangan&penggalian	31.016.887,69	32.207.044,47	34.104.172,71	35.709.319,37	34.899.963,22	35.692.220,51
Industri pengolahan	14.267.736,88	14.640.667,50	15.137.368,64	15.495.294,74	15.513.674,76	15.711.106,90
Pengadaan listrik & gas	68.265,04	69.422,16	73.318,68	77.583,94	81.142,23	86.887,12
Pengadaan air,pengolahan sampah,limbah&daur ulang	178.688,91	183.328,44	191.094,11	198.740,11	202.677,28	213.081,35
Konstruksi	9.156.964,12	9.818.048,49	10.330.528,41	11.043.412,23	11.140.583,94	12.033.108,37
Perdagangan besar &eceran, reparasi mobil&motor	12.579.058,02	13.123.438,00	13.902.880,19	14.724.554,70	14.203.499,16	15.044.581,24
TRANSPORTASI	4.235.228,42	4.488.550,46	4.722.342,09	4.891.836,73	4.203.820,54	4.412.594,53
Penyediaan akomodasi& makan minum	1.406.109,43	1.517.928,85	1.610.006,83	1.700.443,93	1.584.307,02	1.661.081,25
Informasi&komunikasi	4.619.689,41	4.924.703,52	5.295.706,22	5.624.295,58	6.101.007,03	6.334.997,36
Jasa keuangan&asuransi	3.108.019,31	3.203.095,60	3.198.492,74	3.259.897,01	3.487.256,37	3.674.272,63
Real estate	1.883.127,89	1.969.917,54	2.069.291,08	2.212.367,14	2.221.998,33	2.281.917,95
Jasa perusahaan	1.376.795,86	1.436.304,48	1.503.451,29	1.564.913,63	1.480.598,66	1.540.303,49
Administrasi pemerintahan,pertahanan&jaminan sosial wajib	4.555.652,76	4.670.560,39	4.874.764,99	5.148.489,58	5.060.509,11	5.093.759,29
Jasa pendidikan	4.277.114,90	4.458.488,24	4.700.917,64	4.971.048,58	5.127.707,56	5.183.526,83
Jasa kesehatan	1.490.993,62	1.572.867,06	1.660.008,66	1.781.225,46	1.906.754,60	2.180.069,48
Jasa lainnya	1.347.121,20	1.408.252,70	1.486.038,30	1.547.587,75	1.491.379,96	1.503.327,70
PDRB	130.501.132,09	136.501.706,07	142.901.995,81	149.111.088,36	148.448.816,61	153.881.688,99

Sumber: BPS Provinsi 2016-2021

TABEL 1.2
Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jambi Atas Dasar Harga
Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha 2016-2021
(Dalam Persen)

Lapangan usaha	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Rata-rata
Pertanian, kehutan dan perikanan	6,59	5,37	3,35	2,94	1,51	3,73	3,92
Pertambangan&penggalian	0,44	3,84	5,89	4,71	-2,27	2,27	2,48
Industri pengolahan	2,29	2,61	3,39	2,36	0,12	1,27	2,01
Pengadaan listrik & gas	6,16	1,70	5,61	5,82	4,59	7,08	5,16
Pengadaan air,pengolahan sampah,limbah&daurulang	5,02	2,60	4,24	4	1,98	5,13	3,83
Konstruksi	3,54	7,22	5,22	6,9	0,88	8,01	5,30
Perdagangan besar &eceran,reparasi mobil&motor	6,27	4,33	5,94	5,91	-3,54	5,92	4,14
TRANSPORTASI	8,29	5,98	5,21	3,59	-14,06	4,97	2,33
Penyediaan akomodasi& makan minum	7,65	7,95	6,07	5,62	-6,83	4,85	4,22
Informasi&komunikasi	8,51	6,60	7,53	6,2	8,48	3,84	6,86
Jasa keuangan&asuransi	10,38	3,06	-0,14	1,92	6,97	5,36	4,59
Real estate	4,31	4,61	5,04	6,91	-0,02	3,16	4,00
Jasa perusahaan	5,24	4,32	4,67	4,09	-5,39	4,03	2,83
Administrasi pemerintahan,pertahanan&jaminan sosial wajib	3,01	2,52	4,37	5,62	-1,71	0,66	2,41
Jasa pendidikan	6,04	4,24	5,44	5,75	3,15	1,09	4,29
Jasa kesehatan	6,64	5,49	5,54	7,3	7,05	14,33	7,73
Jasa lainnya	6,59	4,54	5,52	4,14	-3,63	0,80	2,99
PDRB	4,37	4,60	4,69	4,35	-0,44	3,66	3,54

Sumber: BPS Provinsi Jambi 2016-2021

Tabel 1.3
PDRB Atas Dasar Harga Konstan Kabupaten Kerinci Menurut Lapangan Usaha Tahun 2017-2021 (Juta Rupiah)

Lapangan usaha	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Pertanian, kehutan dan perikanan	2.803.205,15	2.952.861,11	3.135.347,90	3.233.614,07	3.236.364,50	3.258.125,29
Pertambangan&penggalian	86.302,82	86.302,82	90.854,00	96.650,12	110.650,12	121.154,97
Industri pengolahan	169.067,64	173.095,76	177.271,34	184.475,45	184.307,48	186.592,23
Pengadaan listrik & gas	2.159,98	2.241,09	2.371,60	2.522,10	2.783,10	2.963,42
Pengadaan air,pengolahan sampah,limbah&daurulang	20.960,67	21.824,02	22.051,78	22.342,60	22.621,39	22.671,04
Konstruksi	365.668,88	385.652,46	399.741,48	448.547,71	668.029,49	842.760,09
Perdagangan besar &eceran,reparasi mobil&motor	539.567,57	574.951,05	594.796,27	618.376,27	600.811,08	606.583,33
TRANSPORTASI	143.122,42	153.253,92	162.574,48	172.362,34	165.454,67	168.564,18
Penyediaan akomodasi& makan minum	48.615,82	51.315,58	53.356,07	56.546,07	54.271,99	55.201,30
Informasi&komunikasi	370.475,53	408.171,95	431.719,06	457.219,06	492.200,40	526.858,13
Jasa keuangan&asuransi	59.445,93	63.501,96	64.939,48	66.879,44	69.054,41	71.293,43
Real estate	99.619,43	102.752,22	107.560,11	112.960,11	111.061,55	111.261,46
Jasa perusahaan	2.366,45	2.512,46	2.596,33	2.686,33	2.566,03	2.572,70
Administrasi pemerintahan,pertahanan&jaminan sosial wajib	329.405,16	348.639,89	348.840,96	353.059,13	345.060,59	348.580,21
Jasa pendidikan	243.476,39	260.221,33	268.395,57	278.895,57	287.198,26	290.871,64
Jasa kesehatan	91.296,90	97.885,30	102.921,72	109.921,72	113.891,24	120.786,32
Jasa lainnya	92.275,18	99.302,32	104.082,65	109.482,65	104.482,65	107.397,72
PDRB	5.463.047,65	5.784.485,24	6.069.600,79	6.326.540,74	6.570.808,94	6.844.237,75

Sumber: BPS Kabupaten Kerinci 2016-2021

Tabel 1.4
Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Kerinci Atas Dasar Harga
Konstan Menurut Lapangan Usahan 2016-2021
(Dalam Persen)

Lapangan usaha	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Rata-rata
Pertanian, kehutanan dan perikanan	6,58	5,30	6,18	3,13	0,09	0,67	3,66
Pertambangan&penggalia n	7,74	4,84	5,27	6,38	14,49	9,49	8,04
Industri pengolahan	1,93	2,38	2,41	4,06	-0,09	1,24	1,99
Pengadaan listrik & gas	4,06	3,76	5,82	6,35	10,35	6,48	6,14
Pengadaan air,pengolahan sampah,limbah&daurulang	5,40	4,12	1,04	1,32	1,25	0,22	2,23
Konstruksi	5,40	5,46	3,65	12,21	48,93	26,16	16,97
Perdagangan besar &eceran,reparasi mobil&motor	8,57	6,56	3,45	3,96	-2,84	0,96	3,44
TRANSPORTASI	6,67	7,08	6,08	6,02	-4,01	1,88	3,95
Penyediaan akomodasi& makan minum	8,56	5,55	4,33	5,62	-4,02	1,71	3,63
Informasi&komunikasi	9,58	10,18	5,77	5,91	7,65	7,04	7,69
Jasa keuangan&asuransi	7,23	6,82	2,26	2,99	3,25	3,24	4,30
Real estate	4,19	3,14	4,68	5,02	-1,68	0,18	2,59
Jasa perusahaan	6,32	6,17	3,34	3,47	-4,48	0,26	2,51
Administrasi pemerintahan,pertahanan &jaminan sosial wajib	5,19	5,84	0,06	1,21	-2,27	1,02	1,84
Jasa pendidikan	6,82	6,88	3,14	3,91	2,98	1,28	4,17
Jasa kesehatan	7,12	7,22	5,15	6,8	3,61	6,05	5,99
Jasa lainnya	8,76	7,62	4,81	5,19	-4,57	2,79	4,10
PDRB	6,70	5,86	4,93	4,23	3,86	4,16	4,96

Sumber: BPS Kabupaten Kerinci 2016-2021

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk dalam diskriptif kuantitatif. Penelitian diskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mencadarkan karakteristik individu maupun kelompok. Penelitian ini menilai sifat dari variabel-variabel yang tampak. Tujuan dalam

penelitian ini dibatasi untuk menggambarkan karakteristik sesuatu sebagaimana adanya.

Pada penelitian ini penulis membahas tentang bagaimana cara menentukan sektor basis, sektor basis yaitu kegiatan ekonomi yang melayani baik pasar di daerah tersebut maupun luar daerah. Dan sektor unggulan, sektor unggulan yaitu ekonomi yang unggul dalam beberapa tahun terakhir dan

kemungkinan prospek dimasa yang akan datang serta mampu merangsang dan memepercepat pembangunan perekonomian daerah yang mempunyai daya saing serta pengembangannya tidak mengakibatkan sektor lain menjadi “mati” dan menimbulkan kerusakan lingkungan. Dan sektor potensial yang akan mendorong laju pembangunan di daerah otonom, agar pembangunan di setiap sektor merata dengan acuan PDRB. Dengan alat analisis LQ,DLQ dan Overlay.

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini berupa data sekunder yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur berupa buku-buku yang berkaitan dengan judul penelitian ini, serta data priodik yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu data sektor-sektor potensial dalam menentukan prioritas pembangunan di Kabupaten Kerinci.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kerinci.
2. Internet, media cetak/ Ektronis

Location Quotient (LQ)

Secara umum untuk menentukan sektor unggulan atau tidaknya, bertujuan untuk mengetahui suatu cara menentukan sektor unggulannya dalam keunggulan komperatif daerah adalah dengan alat analisis Locaatio Quotient. LQ ini juga memahami potensial salah satu sektor wilayah terhadap sektor yang sma terhadap yang lebih luas (Provinsi) dimana daerah yang diteliti merupakan bagiannya wiwekanada dalam E-jurnal Ida Bagus Adytia Riantika (2006:1990). Rumus analisis LQ adalah sebagai berikut :

$$LQ = \frac{Si/s}{Ni/n}$$

.....(1)

Keterangan :

- LQ =
- Si = Pendapatan sektor i di wilayah studi (Kabupaten Kerinci)
- S = Pendapatan sektor i di wilayah refrensi (Provinsi Jambi)
- Ni = Pendapatan total di wilayah studi (Kabupaten Kerinci)
- N = Pendapatan total di wilayah refrensi (Provinsi Jambi)
- Kriteria :

- a) $LQ > 1$: Unggulan, sektor tersebut produksinya mencukupikebutuhan wilayahnya dan ekspor ke daerah ain.
- b) $LQ < 1$: bukan unggulan, sektor tersebut tidak mencukupi daerahnya untuk itu dibutuhkan bantuan dari daerah lain.
- c) $LQ = 1$: sektor hanya memenuhi kebutuhan daerahnya sendiri tetapi tidak dapat melakukan ekspor kedaerah lain maupun impor dari daerah lain (Wiwekanada:2016)

Dinamic Location Quotient (DLQ)

Analisis DLQ ini digunakan untuk mengethui sebesar apakah perubahan yang terjadi dalam suatu sektor perekonomian di suatu daerah dan bagaimana perkembangan sektor perekonomian tersebut dengan cara dibandingkan dengan sektor yang sama di tingkat wilayah yang lebih luas sebaranya.

$DLQ \geq 1$: maka potensi perkembangan sektor i di kab/kota lebih cepat dibanding sektor yang sama di tingkat provinsi dan masih dapat diharapkan untuk menjadi sektor basis di masa ang akan datang dan apabila $DLQ < 1$: Maka potensi perkembangan sektor i di kab/kota lebih lambat dibandingkan sektor yang sama di tingkat provinsi dan sektor tersebut tidak diharapkan untuk menjadi sektor basis dimasa yang akan datang. Wiwekanada dalam E-jurnal Ida Bagus Adytia Riantika (2016:1991).

Untuk mengetahui nilai DLQ suatu sektor perekonomian dapat diketahui dengan menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$DLQ = \frac{(1+gj/1+Gj)}{(1+gi/1+Gi)}t$$

.....(2)

Keterangan :

- gj = Laju pertumbuhan sektor i di daerah kab/kota
- Gj = rata-rata laju pertumbuhan sektor i di daerah kab/kota
- gi = laju pertumbuhan di sektor i di provinsi
- Gi = rata-rata laju pertumbuhan sektor i di provinsi
- T = selisih akhir tahun dan tahun awal

Kemungkinan nilai DLQ yang diperoleh adalah :

- a. $DLQ \geq 1$: maka potensi perkembangan sektor i di kab/kota lebih cepat dibandingkan sektor yang sama di provinsi dan masih dapat di harapkan untuk menjadi sektor basis dimasa yang akan datang.
- b. $DLQ < 1$: maka potensi perkembangan sektor i di kab/kota lebih lambat dibandingkan sektor yang sama di tingkat provinsi dan sektor tersebut tidak dapat diharapkan untuk menjadi sektor basis dimasa yang akan datang.

Analisis Overlay

Menurut Adytia (2013:37) Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi sektor unggulan baik dari segi kontribusi maupun pertumbuhannya dengan mengembangkan hasil dari analisis LQ dan DLQ. Sehingga analisis ini terdiri dari 2 komponen yaitu Location Quotient (LQ), Dinamic Location Quotient (DLQ). Setiap komponen kemudian disamakan satunya dengan memberi nilai positif (+) atau negatif (-). Jika koefisien komponen bernilai lebih dari satu.

Dalam penelitian ini akan diidentifikasi hasil overlay dengan menggunakan klasifikasi sabana (2007:50). Klasifikasi tersebut yaitu :

Tabel 3.1.

Klasifikasi Overlay

NO	KLASIFIKASI	LQ	DLQ	KETERANGAN
1	I	+(>1)	+(>1)	Prioritas pembangunan ke- 1
2	II	+(>1)	-(<1)	Prioritas pembangunan ke- 2
3	II	-(<1)	+(>1)	Prioritas pembangunan ke-2
4	III	-(<1)	-(<1)	Bukan prioritas pembangunan

- a. Klasifikasi i (++) kedua komponen bernotasi positif yang berarti kegiatan tersebut mempunyai pertumbuhan sektoral yang tinggi di Provinsi jambi maupun di Kabupaten Kerinci dan kontribusi sektoral Kabupaten Kerinci tinggi dari Provinsi Jambi. Artinya sektor tersebut mempunyai daya saing yang tinggi karena unggul baik di tingkat kota maupun di tingkat Provinsi dan dapat dikatakan sektor tersebut memiliki keunggulan komperatif.
- b. Klasifikasi II (-,+) Notasi negatif untuk LQ yang berarti kegiatan sektoral tersebut mempunyai pertumbuhan sektoral yang rendah di tingkat provinsi atau kabupaten.
- c. Klasifikasi II (-,+) Notasi negatif untuk DLQ yang berarti kegiatan sektoral tersebut mempunyai pertumbuhan sektoral yang rendah di tingkat kabupaten atau provinsi.
- d. Klasifikasi III (--) komponen bernotasi negatif yang berarti kegiatan sektor tersebut mempunyai sektoral yang rendah di tingkat Provinsi Jambi dan Kabupaten Kerinci dan kontribusi sektoral di Kabupaten Kerinci. Hal ini

menandakan sektor ekonomi tersebut memiliki daya saing yang rendah karena tidak unggul baik di kabupaten maupun di provinsi. Dan dikatakan bahwa sektoral tersebut tidak memiliki keunggulan komperatif dan bukan merupakan spesialisasi kegiatan di Kabupaten Kerinci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kabupaten Kerinci

Kabupaten Kerinci adalah salah satu kabupaten yang berada dibagian paling barat provinsi Jambi, Indonesia. Kabupaten ini merupakan daerah wisata di provinsi Jambi, yang dikenal dengan sebutan sekepal tanah dari surga. Kabupaten Kerinci ditetapkan sebagai kabupaten sejak awal berdirinya provinsi Jambi dengan pusat pemerintahan di Sungai Penuh. Pada tahun 2011, pusat pemerintahan berpindah ke kecamatan Siulak. Nama Kerinci berasal dari bahasa Tamil yaitu Kurinji, yang merupakan nama bunga yang tumbuh di daerah pegunungan India Selatan. Berikut batas wilayah Kabupaten Kerinci :
 Utara : Kabupaten Solok Selatan, Provinsi Sumatra Barat

Timur : Kabupaten Bungo dan Kabupaten Merangin

Selatan : Kabupaten Muko-Muko, Provinsi Bengkulu

Barat : Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat

Kabupaten Kerinci memiliki 18 kecamatan, 2 kelurahan dan 285 desa (dari total 141 kecamatan, 163 kelurahan dan 1.399 desa di seluruh Jambi). Pada tahun 2017, jumlah penduduknya sebesar 235.735 jiwa dengan luas wilayahnya 3.355,27 km² dan sebaran penduduk 70 jiwa/km². Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan

Pencatatan Sipil Kementerian Dalam Negeri tahun 2013, jumlah penduduk di wilayah ini adalah 244.018 jiwa (dari penduduk seluruh Provinsi Jambi yang berjumlah 3.532.126 jiwa). Dengan luas daerah 3.355,27 km² (dari luas Provinsi Jambi 50.058,16 km²), tingkat kepadatan penduduk di wilayah ini adalah 73 jiwa/km² (dibanding tingkat kepadatan Provinsi Jambi sebesar 71 jiwa/km²)

Hasil Analisis Location Quotient (LQ) Sektor-Sektor Ekonomi di Kabupaten Kerinci Tahun 2016-2021 disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.1. Hasil Analisis Location Quotient (LQ) Sektor-Sektor Ekonomi di Kabupaten Kerinci Tahun 2016-2021

Sektor/Lapangan usaha	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Rata-rata
Pertanian, kehutanan & perikanan	1,92	1,89	1,94	1,95	1,84	1,78	1,88
Pertambangan & Penggalian	0,07	0,06	0,06	0,06	0,07	0,08	0,06
Industri pengolahan	0,28	0,28	0,28	0,28	0,27	0,27	0,27
Pengadaan listrik & gas	0,76	0,76	0,76	0,77	0,77	0,77	0,76
Pengadaan air, Pengolahan sampah, limbah & daur ulang	2,80	2,81	2,72	2,65	2,52	2,39	2,64
Konstruksi	0,95	0,93	0,91	0,96	1,35	1,57	1,11
Perdagangan besar & Eceran, reparasi mobil & Sepeda motor	1,02	1,03	1,01	0,99	0,96	0,91	0,98
Transportasi & pergudangan	0,81	0,81	0,81	0,83	0,89	0,86	0,83
Penyediaan akomodasi & makan minum	0,83	0,80	0,78	0,78	0,77	0,75	0,78
Informasi & komunikasi	1,92	1,96	1,92	1,92	1,82	1,87	1,90
Jasa keuangan & asuransi	0,46	0,47	0,48	0,48	0,45	0,44	0,46
Real estate	1,26	1,23	1,22	1,20	1,13	1,10	1,19
Jasa perusahaan	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,4	0,04
Administrasi pemerintah, pertahanan & jaminan sosial wajib	1,73	1,76	1,68	1,62	1,54	1,54	1,64
Jasa pendidikan	1,36	1,38	1,34	1,32	1,27	1,26	1,32
Jasa kesehatan & kegiatan sosial	1,46	1,47	1,46	1,45	1,35	1,25	1,40
Jasa lainnya	1,64	1,66	1,65	1,67	1,58	1,61	1,63

SUMBER : BPS Provinsi Jambi Dan Kabupaten Kerinci 2016-2021 (Data Diolah)

Hasil analisa LQ Menunjukkan bahwa sektor potensial yang terdapat di Kabupaten Kerinci tahun 2016-2021 adalah 1) Pengadaan air, pengolahan sampah, limbah & daur ulang, 2). Informasi & komunikasi, 3). Pertanian,

kehutanan & perikanan, 4). Administrasi pemerintahan, pertahanan & jaminan sosial wajib, 5). Jasa lainnya, 6). Jasa kesehatan & kegiatan sosial, 7). Jasa pendidikan, 8). Real estate, 9). Konstruksi.

Tabel 4.2 Hasil Analisis Dinamic Location Quotient (DLQ) Sektor-sektor ekonomi Di Kabupaten Kerinci Tahun 2016-2021

Sektor/Lapangan usaha	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Rata-rata
Pertanian, kehutanan & perikanan	0,98	0,97	1,31	1,05	0,74	0,56	0,93
Pertambangan & penggalian	4,28	1,90	1,53	1,29	19,44	4,52	5,49
Industri pengolahan	0,93	0,96	0,84	1,51	0,93	1,40	1,09
Pengadaan listrik & gas	0,91	1,39	1,10	1,08	1,63	1,04	1,19
Pengadaan air, Pengolahansampah, limbah & daur ulang	0,88	0,99	0,47	0,46	0,66	0,34	0,63
Konstruksi	2,38	1,73	1,88	1,67	9,32	3,28	3,38
Perdagangan besar&Eceran, reparasi mobil & Sepeda motor	1,14	1,16	0,71	0,72	1,00	0,45	0,86
Transportasi & pergudangan	1,00	1,29	1,29	1,53	-0,09	0,65	0,95
Penyediaan akomodasi & makan minum	1,02	0,77	0,79	1,00	-0,38	0,64	0,64
Informasi & komunikasi	1,12	1,30	0,94	0,96	1,00	1,89	1,20
Jasa keuangan & asuransi	0,78	1,40	1,39	1,37	0,69	0,79	1,07
Real estate	0,84	0,70	0,82	0,76	0,38	0,48	0,66
Jasa perusahaan	1,08	1,19	0,81	0,88	0,62	0,47	0,84
Administrasi pemerintah, pertahanan & jaminan sosial wajib	1,25	1,46	0,37	0,33	0,34	1,97	0,84
Jasa pendidikan	1,06	1,26	0,77	0,73	0,97	1,60	1,06
Jasa kesehatan & kegiatan sosial	0,92	1,00	0,85	0,94	0,67	0,52	0,82
Jasa lainnya	1,31	1,49	1,04	1,20	1,46	2,83	1,56

SUMBER : BPS Provinsi Jambi Dan Kabupaten Kerinci 2016-2021 (Data Diolah)

Hasil perhitungan dengan metode DLQ menunjukkan bahwa ada 8 sektorekonomi yang memiliki nilai DLQ lebih dari satu ($DLQ > 1$) yaitu :

1).pertambangan dan penggalian, 2). Industri pengolahan, 3).pengadaan listrik dan gas, 4). Kontruksi, 5). Informasi dan komunikasi, 6). Jasa keuangan dan asuransi, 7). Jasa pendidikan, 8). Jasa lainnya.

Tabel 4.3 Hasil Analisis Overlay Sektor Ekonomi Di Kabupaten Kerinci Tahun 2016-2021

Sektor/Lapangan usaha	LQ	DLQ	NILAI	KETERANGAN
Pertanian, kehutanan & perikanan	(+) >1,88	(-) <0,93	1	Prioritas pembangunan ke 2
Pertambangan & penggalian	(-) <0,06	(+) >5,49	1	Prioritas pembangunan ke 2
Industri pengolahan	(-) <0,27	(+) >1,09	1	Prioritas pembangunan ke 2
Pengadaan listrik & gas	(-) <0,76	(+) >1,19	1	Prioritas pembangunan ke 2
Pengadaan air, Pengolahan sampah, limbah & daur ulang	(+) >2,64	(-) <0,63	1	Prioritas pembangunan ke 2
Konstruksi	(+) >1,11	(+) >3,38	2	Prioritas pembangunan ke 1
Perdagangan besar & Eceran, reparasi mobil & Sepeda motor	(-) <0,98	(-) <0,86	0	Bukan Prioritas Pembangunan
Transportasi & pergudangan	(-) <0,83	(-) <0,95	0	Bukan Prioritas Pembangunan
Penyediaan akomodasi & makan minum	(-) <0,78	(-) <0,64	0	Bukan Prioritas Pembangunan
Informasi & komunikasi	(+) >1,90	(+) >1,20	2	Prioritas pembangunan ke 1
Jasa keuangan & asuransi	(-) <0,46	(+) >1,07	1	Prioritas pembangunan ke 2
Real estate	1,19	0,66	1	Prioritas pembangunan ke 2
Jasa perusahaan	(-) <0,04	(-) <0,84	0	Bukan Prioritas Pembangunan
Administrasi pemerintah, pertahanan & jaminan sosial wajib	(+) >1,64	(-) <0,84	1	Prioritas pembangunan ke 2
Jasa pendidikan	(+) >1,32	(+) >1,06	2	Prioritas pembangunan ke 1
Jasa kesehatan & kegiatan sosial	(+) >1,40	(-) <0,82	1	Prioritas pembangunan ke 2
Jasa lainnya	(+) >1,63	(+) >1,56	2	Prioritas pembangunan ke 1

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis overlay Sektor yang mempunyai potensi untuk menentukan prioritas pembangunan di Kabupaten Kerinci yang tepat adalah sektor dengan prioritas pertama yaitu Sektor Kontruksi, sektor Informasi & komunikasi, sektor Jasa Pendidikan dan sektor Jasa lainnya.

Penutup

Kesimpulan & Saran

Dari hasil analisis penelitian ini yang dapat di ambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Sektor ekonomi yang berpotensi untuk di kembangkan di Kabupaten Kerinci

dengan menggunakan alat analisis LQ yaitu :

- 1). Pengadaan air, pengolahan sampah, limbah & daur ulang,
- 2). Informasi & komunikasi,
- 3). Pertanian, kehutanan & perikanan,
- 4). Administrasi pemerintahan, pertahanan & jaminan sosial wajib,
- 5). Jasa lainnya,
- 6). Jasa kesehatan & kegiatan sosial,
- 7). Jasa pendidikan,
- 8). Real estate,
- 9). Kontruksi.

2. Sektor yang mempunyai potensi untuk menentukan prioritas pembangunan di Kabupaten Kerinci yang tepat adalah sektor dengan prioritas pertama yaitu :
 - 1). Kontruksi.
 - 2). Informasi & komunikasi
 - 3).Jasa Pendidikan
 - 4). Jasa lainnya

SARAN

Kabupaten Kerinci dalam pemerintahannya diharapkan mampu memprioritaskan sektor-sektor ekonomi yang berpotensi untuk dikelola dan kembangkan di Kabupaten kerinci adalah

- 1). Kontruksi.
- 2). Informasi & komunikasi
- 3).Jasa Pendidikan
- 4). Jasa lainnya

Sektor ekonomi wilayah Kerinci yang berpotensi tersebut supaya di kelola, dikembangkan, dan lebih fokus ditangani sehingga menghasilkan sektor yang mampu menjadi prioritas serta nilai tambah untuk meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Mankiw, N. Gregor.y.2007. Makro Ekonomi. Ed.6. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Sadono Sukirno. 2010. Makro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sabana, Choliq 2007. Analisis Penegembangan Kota Pekalongan Sebagai Salah Satu Kawasan Andalan Di Jawa Tengah. Universitas Deponegoro. Semarang

Ida Bagus Adytia Riantika. 2016. Penentuan Prioritas Pebangunan Melalui Analisis Sektor-Sektor Potensial Di Kabupaten Gianyar. E-jurnal Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana.

Badan Pusat Statistik. 2016-2021. PDRB Provinsi Jambi.

Badan Pusat Statistik. 2016-2021. PDRB Kabupaten Kerinci.

Wiwekananda, Ida Bagus Putu Dan I Made Suryana Utama 2016. Pergeseran Struktur Ekonomi Dan Sektor Unggulan Di Kabupaten Buleleng Periode 2008-2013. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, Vol 9 no 1 Februari 2016.

Putu Gede Bayu Nugraha Putra. 2012. Analisis Sektor-sektor Potensial Dalam Menentukan Prioritas Pembangunan Di Kabupaten Badung. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana.

THE EFFECT OF ACCOUNTING CONSERVATISM, AUDIT QUALITY AND COMPANY SIZE ON PARTIAL TAX AVOIDANCE ON SUB COMPANIES THE FOD AND BEVERAGE SECTOR LISTED ON THE IDX YEAR 2018-2021

LILIS FEBRIAWATI

Main Supervisor : Cyntia Carolina, S.E., M.Si

Study Program : Accountancy

Kerinci Natural High School of Economics,

Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims to determine: Is there an influence of Accounting Conservatism, Quality Audit, and Company Size on Tax Avoidance in Food and Sub Sector companies Drinks listed on the IDX for 2018-2021. The analytical tool used in this study is multiple linear regression analysis which is logged with the help of statistical software version 20. The source of the data is the IDX financial report data on the IDX website (www.idx.co.id). The data collection technique was carried out by library research techniques.

Based on the results of the study indicate that: There is an effect of Accounts Accounting conservatism on Tax Avoidances partially in this study, which is seen at the value $(2.238 > 2.048)$ with a significant level of $0.034 < 0.05$. There is no effect of Audity Quality on Tax Avoidance partially in this study, which is seen at the value $(-0.076 < 2.048)$ with a significant level of $0.940 > 0.05$. There is no effect of Company Size on Tax Avoidance partially in this study, which is seen at the value $(0.186 < 2.048)$ with a significant level of $0.854 > 0.05$. There is no effect of Accounting Conservatism, Quality Audit, and Company Size on Tax Avoidance simultaneously in this study, which is seen at the value of $F_{count} > F_{table}$ or $1.671 < 2.95$ and a significant value of $0.198 < 0.05$. The amount of influence between Accounts Receivable Turnover and Inventory Turnover on Return On Assets is 0.162% ($0.402 \times 100\% = 16.7\%$).

Keywords: Tax Avoidance, Accounting consevatism, Audity Quality, Company Size

1. PENDAHULUAN

Beberapa tahun belakang ini, pemerintah mulai mendorong masyarakat untuk dapat melaporkan harta kekayaannya sehingga muncul sebuah kewajiban yang perlu dibayarkan berdasarkan tarifnya yaitu dalam hal perpajakan. Banyak masyarakat yang masih kurang peduli dengan adanya pajak, bagi mereka pajak masih sebagian dari hal yang tabu atau kurang memperhatikannya. Ada pula pendapat masyarakat yang beranggapan bahwa tidak ada gunanya dalam membayar pajak ataupun pajak hanya diperuntukkan bagi kalangan masyarakat menengah keatas dan hanya merugikan kaum menengah kebawah. Maka dari itu sebagian masyarakat terkadang kurang berminat atau menghindari dalam membayarkan kewajibannya di bidang pajak sehingga edukasi tentang pajak pun kurang dipahaminya.

Pajak sesuai pasal 1 Undang- undang nomor 16 tahun 2009 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan (KUP) Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut Resmi, (2016) terdapat dua

fungsi pajak, yaitu fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regularend* (pengatur). Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara, sedangkan *regularend* artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

Di Indonesia, usaha-usaha untuk mengoptimalkan penerimaan sektor pajak bukan tanpa kendala. Salah satu kendala dalasm rangka optimalisasi penerimaan pajak adalah adanya penghindaran pajak (*tax avoidance*), bahkan tidak sedikit perusahaan yang melakukan penghindaran pajak (Budiman dan Setyono, 2017). Adanya berbagai kasus dalam bidang perpajakan yang terjadi di Indonesia misalnya kasus pengelapan pajak pada tanggal 18 Desember 2013 di Pekanbaru Riau seorang Wajib Pajak yang bergerak dalam bidang perdagangan alat-alat elektronik menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) tetapi isinya tidak benar, yaitu dengan cara melaporkan omset yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya untuk tahun Pajak 2005 s.d. 2008. Atas perbuatannya tersebut, diperkirakan Negara

mengalami kerugian sebesar Rp 5 miliar (<http://www.pajak.go.id/>). Kasus

penghindaraan atau penggelapan pajak tersebut dilakukan dengan melakukan manipulasi data pada Surat Pemberitahuan Pajak yang dilaporkan oleh wajib pajak.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebsagai berikut sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Konservatisme Akuntansi terhadap Penghindaran pajak secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021 ?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Audit terhadap Penghindaran pajak secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021?
3. Apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran pajak secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021?
4. Apakah terdapat pengaruh Konservatisme Akuntansi, Kualitas Audit, dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak secara simultan pada perusahaan

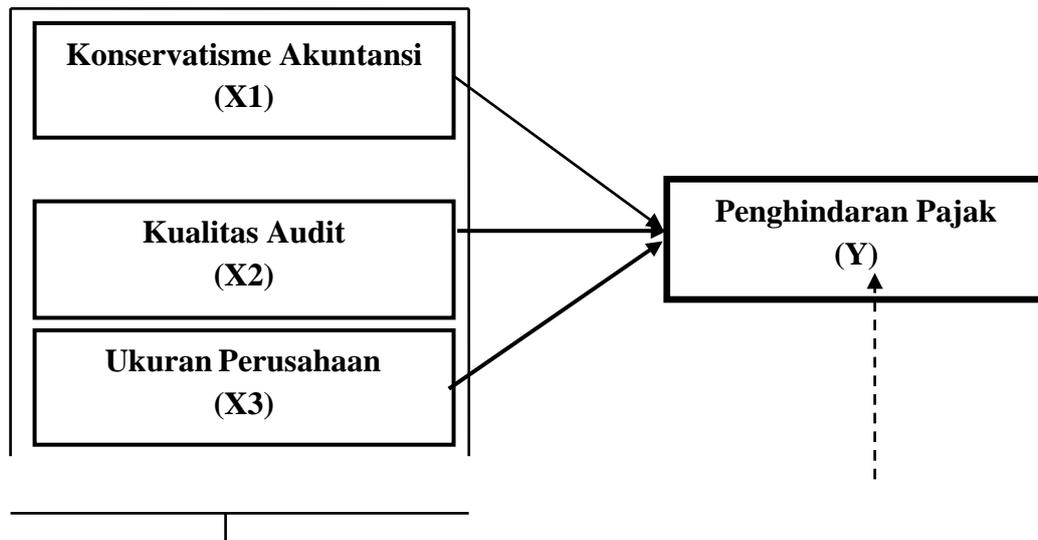
Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021 ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah konservatisme akuntansi berpengaruh terhadap penghindarn pajak secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021
2. Untuk mengetahui apakah kualitas audit berpengaruh terhadap penghindaran pajak secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021
3. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021
4. Untuk mengetahui apakah Konservatisme Akuntansi, Kualitas Audit dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak secara simultan pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021

Kerangka Konseptual



2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Dimana data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021 yang didapatkan dari *website idx*

Sampel

Menurut Sugiyono (2015) sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi. Untuk memperoleh sampel yang dapat mewakili karakteristik populasi, diperoleh metode pemilihan sampel yang tepat. Informasi dari sampel yang baik akan dapat mencerminkan informasi dan populasi secara keseluruhan.

Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pemilihan *sampling purposive*, yang artinya menurut Sugiyono (2015) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut diantaranya:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia khususnya sub sektor Makanan dan minuman.
2. memiliki data laporan keuangan yang di publis (terbuka) terhitung periode dari tahun 2018 sampai dengan 2021
3. data-data mengenai variabel penelitian yang akan diteliti tersedia lengkap dalam laporan keuangan perusahaan.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah data sekunder, yang berupa laporan keuangan perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi objek penelitian

suatu perusahaan yang aktivitasnya mengelola bahan mentah atau bahan baku sehingga menjadi barang jadi lalu menjualnya kepada konsumen. Umumnya kegiatan seperti ini sering disebut dengan proses produksi. Perusahaan dalam setiap pekerjaan atau kegiatan operasional yang dilakukannya tentu memiliki acuan dan standar dasar yang digunakan para karyawan yang bekerja, biasanya acuan standar tersebut dengan SOP (Standar Operasional Prosedur).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Kualitas Audit dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Konservatisme Akuntansi terhadap Penghindaran Pajak secara parsial di dalam

penelitian ini, nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu $(2,238 > 2,048)$ dengan tingkat signifikan adalah $0,034 < 0,05$.

2. Tidak terdapat pengaruh Kualitas Audit terhadap Penghindaran Pajak secara parsial di dalam penelitian ini, nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} yaitu $(-0,076 < 2,048)$ dengan tingkat signifikan adalah $0,940 > 0,05$.
3. Tidak terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak secara parsial di dalam penelitian ini, nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} yaitu $(0,186 < 2,048)$ dengan tingkat signifikan adalah $0,854 > 0,05$.
4. Besar nya pengaruh antara Konservatisme Akuntansi, Kualitas Audit dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak sebesar $0,162\%$ ($0,402^2 \times 100\% = 16,7\%$). Hal ini menunjukkan bahwa $16,7\%$ merupakan kontribusi variabel Konservatisme Akuntansi,

Kualitas Audit dan Ukuran
Perusahaan terhadap

Penghindaran Pajak pada Perusahaan Makanan Dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 sedangkan sisanya 83,3% (100%-16,7) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel penelitian

Saran

Suatu penelitian akan memiliki arti jika dapat memberikan kontribusi atau manfaat bagi pembaca maupun peneliti berikutnya. Saran-saran yang dapat diberikan peneliti ini antara lain :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini perusahaan hendaknya mempertahankan beban pajak dan pendapatan sebelum pajak agar tetap menghasilkan angka-angka laba.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini perusahaan hendaknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas audit dengan menggunakan Kantor Akuntan Publik (KAP) *big four* karena Kantor Akuntan Publik merupakan empat kantor akuntan internasional terbesar yang memiliki keahlian dan reputasi tinggi. Dengan kualitas audit yang tinggi kemungkinan terjadinya

penghindaran pajak.

3. Berdasarkan penelitian ini perusahaan hendaknya dapat mengantisipasi kemungkinan terjadinya kenaikan total aset karena semakin tinggi aset maka pajak semakin banyak.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan perusahaan didalam melakukan praktik penghindaran pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Lukas Setia. 2016. Teori dan Praktik Manajemen Keuangan. Yogyakarta: CV Andi.
- Darmawan, I Gede Hendy, I Made Sukartha. 2015. Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Return On Assets, Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. 9.1 (2014):143-161.
- Effendi Erfan, Dani Ridho Ilhaq. 2020. Pengaruh Audit Tenure, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan Dan Komite Audit. Pekanbaru: Abimata
- Evada Dewata,L. Vera Riama, Henny Yulsiati, Sandrayati, 2015 Pengaruh Board Size dan Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan Tambang Batubara yang Terdaftar Di BEI.
- Sarra, H. D. 2017. “Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Komite Audit dan Dewan Komisaris Independen terhadap Penghindaran Pajak”. Vol 1, No. 3. Hal: 63-86.
- Savitri enni. 2016.konservatisme akuntansi, cara pengukuran tinjauan empiris, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Yogyakarta:pakem sleman
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian *Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2010. “Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Interen dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 9, No. 1. Hal: 254 – 271
- Suwaldiman. (2017). Tujuan Pelaporan Keuangan Konsep, Perbandingan dan Rekayas Sosial. Yogyakarta: Ekonisia
- Tandiontong mathius. 2016. Kualitas audit dan pengukurannya. Bandung: Alfabeta
- Teguh Muji Waluyo, Yessi Mutiara Basri, Rusli 2015.Pengaruh Return on Asset, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kompensasi Rugi Fiskal dan Kepemilikan Institusi Terhadap Penghindaran Pajak.

THE INFLUENCE OF ACCOUNTING FACTOR ON THE PREDICTION OF BOND RATINGS IN THE CASE STUDY OF THE GOODS AND CONSUMPTION SECTOR IN 2015-2021 ON THE IDX

Thasya Enda Putri

thasyaendaputri@gmail.com

Main Supervisor : Cyntia Carolina, S.E., M.Si

Study Program : Akuntansi

Sakti Alam Kerinci School Of Economics

ABSTRACT

This study aims to determine whether accounting factors have an effect on bond ratings. The populations in this study were all consumer goods companies listed on the BEI, totaling 63 companies. Furthermore, by using the purposive sampling formula, a sample of 6 companies was obtained. The research method used is descriptive statistical analysis, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, hypothesis testing.

Based on the results of the study indicate that leverage has a positive or significant effect on bond ratings, liquidity does not significantly effect bond ratings, profitability does not significantly effect bond ratings, productivity does not significantly effect bond ratings, growth does not significantly effect bond ratings, and simultaneously leverage, liquidity, profitability, productivity, and growth have no significant effect on bond ratings.

Keywords: *leverage, liquidity, profitability, productivity and growth.*

PENDAHULUAN

Di dalam pasar modal Indonesia ada berbagai macam sekuritas, salah satu sekuritas yang diperdagangkan dipasar modal adalah obligasi. Obligasi merupakan salah satu jenis aset finansial dan instrumen modal (hutang) yang tergolong surat berharga pasar modal dengan pendapatan tetap (*fixed-income securities*) yang diperjualbelikan dalam pasar modal. Obligasi merupakan sebuah surat berharga yang diterbitkan oleh perusahaan yang memerlukan dana disertai dengan penandatanganan kontrak perjanjian. Obligasi berisi janji dari pihak penerbit obligasi untuk membayar imbalan berupa bunga pada periode tertentu dan melunasi pokok utang pada waktu yang telah ditentukan kepada pihak pembeli obligasi (Serfiyani, 2017).

Obligasi sendiri marak diperjualbelikan dalam pasar modal, dan merupakan salah satu sumber pendanaan perusahaan. Investasi dalam surat utang atau obligasi ini banyak diminati oleh investor atau kreditor dikarenakan obligasi merupakan investasi yang terbilang aman karena pembayaran pokok utang serta kupon dijamin

oleh peraturan perundangundangan dan memiliki pendapatan yang bersifat tetap. Pendapatan yang tetap diperoleh dari pokok obligasi dan kupon yang akan dibayarkan pada saat jatuh tempo pembayaran.

Peringkat obligasi merupakan suatu skala pemeringkatan yang menjadi petunjuk bagi investor untuk melihat seberapa aman obligasi yang akan dibeli. Keamanan itu dilihat dari seberapa mampu perusahaan untuk membayar hutangnya, sehingga agen pemeringkat obligasi dapat menentukan layak atau tidaknya obligasi itu diinvestasikan. Peringkat obligasi juga penting karena menjadi acuan bagi investor sebelum memutuskan Indonesia terdapat dua lembaga pemeringkat obligasi yaitu PT Pefindo (Pemeringkat Efek Indonesia) dan PT Kasnic Credit Rating Indonesia. Pada penelitian ini akan mengacu ke lembaga pemeringkat PT Pefindo karena PT Kasnic Credit Rating Indonesia pada tahun 2007 telah berubah nama menjadi Moody's Indonesia yang kemudian pada tahun 2009 Moody's Corporation menutup cabangnya di Indonesia. Bank Indonesia sesuai

dengan SE BI No.13/31/DPNP, 22 Desember 2011, mengakui tiga lembaga pemeringkat obligasi domestik yaitu PT Pefindo, PT ICRA Indonesia dan PT Fitch Ratings Indonesia. Oleh karena itu, data pemeringkat obligasi yang digunakan adalah data dari PT Pefindo, karena PT Pefindo (www.pefindo.com) merupakan lembaga pemeringkat independen yang didirikan lebih awal yaitu tahun 1993 dan masih dipercaya sampai sekarang.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi peringkat obligasi sangat bervariasi. Untuk itu, penelitian ini akan menguji faktor-faktor apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia karena pada umumnya perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang paling dominan di Indonesia.

Faktor-faktor yang mempengaruhi peringkat obligasi menurut Brigham dan Houston (2006) adalah berbagai macam risiko rasio-rasio keuangan, jaminan aset untuk obligasi yang diterbitkan (mortgage provision), kedudukan obligasi dengan jenis hutang lain, penjamin, adanya singking fund (provisi bagi emiten untuk membayar pokok pinjaman sedikit demi sedikit setiap bulan), umur obligasi, stabilitas laba dan penjualan emiten, peraturan yang berkaitan dengan industri emiten, faktor-faktor lingkungan dan tanggung jawab produk dan kebijakan akuntansi. Sebelum ditawarkan, obligasi dianalisis dengan menggunakan peringkat obligasi oleh agen pemeringkat obligasi (rating agency). Agen pemeringkat obligasi adalah lembaga independen yang memberikan informasi peringkat skala risiko yang dapat menunjukkan keamanan suatu obligasi bagi investor. Keamanan tersebut ditunjukkan oleh kemampuan suatu perusahaan dalam membayar bunga dan melunasi pokok pinjaman. Proses peringkat ini dilakukan untuk menilai kinerja perusahaan, sehingga pemodal bisa menggunakan jasa agen pemeringkat obligasi tersebut untuk mendapatkan informasi mengenai peringkat obligasi. Proses peringkat ini dilakukan untuk menilai kinerja perusahaan, sehingga rating

agency dapat menyatakan layak atau tidaknya obligasi tersebut diinvestasikan.

Penelitian mengenai peringkat obligasi diperlukan karena masih terdapat perbedaan hasil penelitian menurut Andry (2005) bahwa faktor akuntansi yang berpengaruh terhadap prediksi peringkat obligasi adalah *growth*, dan hasil penelitian Almilia dan Devi (2007) menunjukkan bahwa faktor akuntansi dengan variabel likuiditas yaitu *current ratio* yang dapat mempengaruhi prediksi peringkat obligasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta, sedangkan menurut hasil penelitian Magreta dan Nurmawanti (2009) menunjukkan bahwa faktor akuntansi yang berpengaruh terhadap prediksi peringkat obligasi adalah variabel profitabilitas dan produktivitas. Hasil penelitian Andry (2005) dan Almilia dan Devi (2007), serta Magreta dan Nurmawanti (2009) berbeda menurut hasil penelitian Amalia (2013) dan Septyawanti (2013) yaitu bahwa faktor akuntansi yang mempengaruhi prediksi peringkat obligasi adalah *variable leverage* dan *profitability*. Perbedaan ini disebabkan perbedaan periode penelitian dan perbedaan sampel yang digunakan.

Menurut Altman dalam (Sejati 2010), faktor akuntansi adalah salah satu faktor yang digunakan oleh agen pemeringkat obligasi berupa informasi akuntansi yang tersedia. Informasi ini diberikan dalam bentuk laporan keuangan perusahaan. Bagian dari laporan keuangan yang mendapatkan perhatian paling besar untuk digunakan dalam memprediksi peringkat obligasi adalah profitabilitas, *leverage*, likuiditas, *size* perusahaan, dan *growth* perusahaan serta produktivitas (Magreta dan Nurmawanti, 2009).

Leverage. Menurut Fahmi (2014) rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berupa utang yang layak

diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang.

Liquidity. Menurut Fahmi (2014) rasio liquidity adalah kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Contoh membayar listrik, telepon, air, gaji karyawan, gaji teknisi, gaji lembur dan sebagainya. Karena itu rasio likuiditas sering disebut dengan short term *liquidity*. Rasio likuiditas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Current Ratio* dengan rumus *Current Assets* dibagi *Current Liabilities*. Rasio lancar merupakan ukuran tingkat keamanan terhadap ketidakpastian dan kejutan, seperti pemogokan dan kerugian luar biasa, dapat membahayakan arus kas secara sementara dan tidak terduga.

Profitability. Menurut Fahmi (2014) rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Rasio profitabilitas yang akan digunakan adalah *Return on Assets* dengan rumus *Total Net Income* (atau *Earning After Tax*) dibagi dengan *Total Assets*. Rasio *Return on Assets* ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan (Fahmi, 2014).

Productivity. Menurut Mahfudhoh dan Cahyonowati (2014), rasio produktivitas mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Perusahaan yang rasio produktivitasnya tinggi memperlihatkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang rasio produktivitasnya lebih rendah. Rasio *Productivity* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah rasio *Total Sales* dibagi dengan *Total Assets*.

Growth. Menurut Fahmi (2014), rasio growth merupakan rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya didalam industry dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio *growth* ini diprosikan dengan *Book to Market Ratio* yaitu *Book Value of Common Equity* dibagi dengan *Market Value of Common Equity*.

Rumusan Masalah

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap peringkat obligasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Apakah *liquidity* berpengaruh terhadap peringkat obligasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *profitability* berpengaruh terhadap peringkat obligasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
4. Apakah *productivity* berpengaruh terhadap peringkat obligasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
5. Apakah *growth* berpengaruh terhadap peringkat obligasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
6. Apakah *leverage*, *liquidity*, *profitability*, *productivity* dan *growth* secara simultan berpengaruh terhadap prediksi peringkat obligasi?
7. Berapa besar pengaruh secara simultan faktor akuntansi terhadap peringkat obligasi?

Teori Sinyal

Teori sinyal pertama kali dicetuskan oleh Michael Spence (1973) dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signalling*. Pada teori ini melibatkan dua pihak yakni pihak internal dan pihak eksternal. Dimana pihak internal bertugas untuk memberi sinyal dan pihak eksternal (investor) sebagai pihak yang menerima sinyal. Teori sinyal menunjukkan bahwa perusahaan memberikan dorongan pada pihak luar yakni investor dengan memberikan arahan terhadap apa yang akan terjadi, sehingga perusahaan akan mengetahui lebih banyak prospek yang akan datang dari pihak luar (investor) untuk memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian perusahaan akan menilai

apakah perusahaan itu berkualitas atau tidak (Vina, 2017). Teori sinyal juga menjelaskan alasan perusahaan perlu menyajikan informasi terhadap pihak luar (investor maupun kreditor) baik informasi yang berhubungan langsung dengan keuangan perusahaan maupun yang tidak berhubungan langsung. Oleh karena itu, sebelum memutuskan untuk berinvestasi obligasi pada suatu perusahaan, maka investor perlu mendapatkan informasi terhadap kondisi obligasi perusahaan. Sehingga dengan adanya teori sinyal diharapkan pihak eksternal perusahaan mampu memberikan informasi terkait kondisi maupun kualitas suatu obligasi. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui peringkat obligasi yang diperoleh perusahaan dan tentunya peringkat tersebut telah dikeluarkan dan dipublikasikan oleh lembaga pemeringkat obligasi.

Peringkat obligasi diberikan oleh lembaga atau agen pemeringkat obligasi. Lembaga atau agen pemeringkat obligasi adalah lembaga independen yang dapat memberikan informasi pemeringkatan skala risiko yang salah

satunya adalah sekuritas obligasi yang memberikan informasi mengenai keamanan obligasi bagi investor. PT PEFINDO atau "PT Pemeringkat Efek Indonesia" (www.pefindo.com) didirikan di Jakarta pada tanggal 21 Desember 1993, melalui inisiatif Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) dan Bank Indonesia. Pada tanggal 31 Agustus 1994, PEFINDO memperoleh izin usahanya dari BAPEPAM dengan Nomor. 39/PM-PI/1994 dan menjadi salah satu lembaga penunjang pasar modal di Indonesia. Tugas utama PEFINDO adalah untuk menyediakan suatu peringkat atas risiko kredit yang objektif, independen, serta dapat dipertanggungjawabkan atas penerbitan surat hutang yang diperdagangkan kepada masyarakat luas. Disamping melaksanakan kegiatannya dalam melakukan pemeringkatan surat hutang, PEFINDO juga menerbitkan dan mempublikasikan informasi kredit sehubungan dengan pasar perdagangan efek. Berikut ini tabel mengenai definisi peringkat obligasi perusahaan menurut PT Pefindo.

Peringkat Obligasi PT. Pefindo

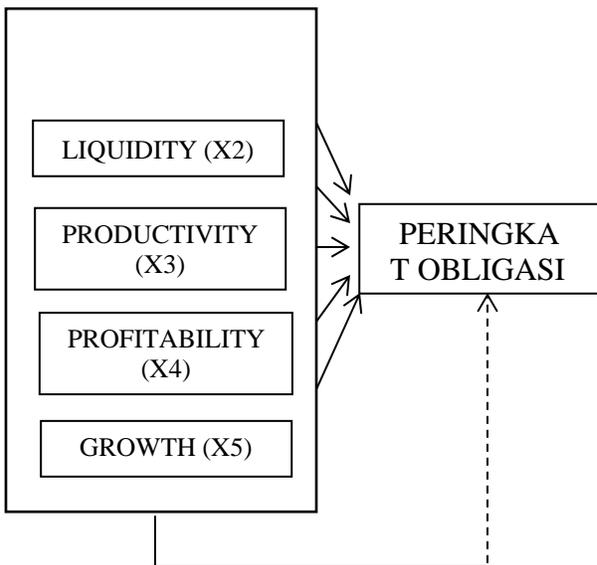
idAA A	Efek utang dengan peringkat AAA merupakan efek utang dengan peringkat tertinggi dari Pefindo yang didukung oleh kemampuan Obligor yang superior relative disbanding entitas Indonesia lainnya untuk memenuhi 4 kewajiban finansial jangka panjang sesuai dengan yang diperjanjikan.
idAA	Efek utang dengan peringkat AA memiliki kualitas kredit sedikit dibawah peringkat tertinggi, didukung oleh kemampuan Obligor yang sangat kuat untuk memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya sesuai dengan yang diperjanjikan relative dibandingkan dengan entitas Indonesia lainnya.
idA	Efek utang dengan peringkat A memiliki dukungan kemampuan Obligasi yang kuat dibandingkan dengan entitas Indonesia lainnya.

idBB B	Efek utang dengan peringkat BBB didukung oleh kemampuan Obligor yang memadai relative dibandingkan dengan entitas Indonesia lainnya untuk memenuhi kewajiban finansial, namun kemampuan tersebut dapat diperlemah oleh keadaan bisnis dan perekonomian yang merugikan.
idBB	Efek utang dengan peringkat BB meunjukkan dukungan kemampuan Obligor yang agak lemah relative dibandingkan dengan entitas lainnya untuk memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya sesuai dengan yang diperjanjikan, serta peka terhadap keadaan bisnis dan perekonomian yang tidak menentu.
idB	Efek utang dengan peringkat B menunjukkan parameter perlindungan yang sangat lemah. Walaupun Obligor masih memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka

	panjangnya, namun adanya perubahan keadaan bisnis dan perekonomian yang merugikan akan memperburuk kemampuan Obligor untuk memenuhi kewajiban finansialnya.
idCC C	Efek utang dengan peringkat CCC menunjukkan efek utang yang tidak mampu lagi untuk memenuhi kewajiban finansialnya, serta hanya tergantung kepada perbaikan keadaan eksternal.

idSD	Efek utang dengan peringkat SD menunjukkan bahwa Obligor gagal membayar satu atau lebih kewajibannya pada saat jatuh tempo, tetapi masih dapat melanjutkan kewajibannya untuk kewajiban yang lain (<i>selective default</i>)
idD	Efek utang dengan peringkat D menandakan efek utang yang macet. Perusahaan tersebut sudah berhenti berusaha.

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Ho : $r = 0$, Diduga bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage* terhadap prediksi peringkat obligasi.

H1 : $r \neq 0$, Diduga bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage* terhadap prediksi peringkat obligasi.

Ho : $r = 0$, Diduga bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *liquidity* terhadap prediksi peringkat obligasi.

H2 : $r \neq 0$, Diduga bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *liquidity* terhadap prediksi peringkat obligasi.

Ho : $r = 0$, Diduga bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *profitability* terhadap prediksi peringkat obligasi.

H3 : $r \neq 0$, Diduga bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *profitability* terhadap prediksi peringkat obligasi.

Ho : $r = 0$, Diduga bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *productivity* terhadap prediksi peringkat obligasi.

H4 : $r \neq 0$, Diduga bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *productivity* terhadap prediksi peringkat obligasi.

Ho : $r = 0$, diduga bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *growth* terhadap prediksi peringkat obligasi.

H5 : $r \neq 0$, Diduga bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *growth* terhadap prediksi peringkat obligasi.

Ho : $r = 0$, Diduga bahwa secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage, liquidity, profitability, productivity* dan *growth* terhadap prediksi peringkat obligasi.

H6 : $r = 0$, Diduga bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage, liquidity, profitability, productivity* dan *growth* terhadap prediksi peringkat obligasi.

Jenis Data

Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2015). Sumber data yang diperoleh dengan mengakses situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id)

Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015).

Data yang digunakan adalah Data Sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.id.com) dan juga dari

jurnal-jurnal, artikel maupun sumber tertulis lainnya.

Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2021, yang telah memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Jurnal-jurnal dan sumber-sumber lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dokumentasi berupa laporan keuangan dari perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu juga menggunakan studi pustaka dengan mengumpulkan data, artikel, jurnal, maupun sumber tertulis lain yang berkaitan dengan variabel penelitian. Dalam memperoleh atau mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

Library research (penelitian pustaka)

yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis atau data sekunder dalam penelitian. Penelitian pustaka dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku, literatur, dokumen-dokumen resmi, catatan dan transkrip, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Definisi Operasional

Variabel adalah objek penelitian atau dapat dikatakan apa yang menjadi titik perhatian peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel dependen dan independen.

Variabel Dependen

Peringkat Obligasi (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah peringkat obligasi. Variabel ini dilihat berdasarkan peringkat obligasi yang dikeluarkan oleh PT. PEFINDO yang secara umum terbagi atas dua yaitu investment grade (AAA, AA, A, BBB) dan non investment grade (BB, B, CCC, D). Skala pengukuran peringkat obligasi menggunakan skala nominal (ordinal), karena merupakan variabel dummy dengan pemberian nilai, yaitu untuk obligasi yang investment grade diberi nilai 1 dan untuk obligasi non investment grade diberi nilai 0.

Variabel Independen

Leverage (X1)

Rasio leverage adalah rasio perbandingan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pinjaman utang perusahaan yang dibiayai oleh aktiva dan modal yang dimiliki perusahaan tersebut. Satuan yang digunakan dalam perhitungan ini yaitu persen (%).

Likuidity (X2)

Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan sebagai perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Semakin tinggi likuiditas perusahaan maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban hutang lancarnya. Satuan yang digunakan dalam perhitungan ini yaitu persen (%).

Profitability (X3)

Rasio profitabilitas adalah rasio atau perbandingan yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan terkait penjualan asset dan ekuitas berdasarkan pengukuran tertentu. Satuan yang digunakan dalam perhitungan ini yaitu persen (%).

Productivity (X4)

Rasio productivity adalah perbandingan antara hasil yang dicapai (*output*) dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan (*input*). Dengan kata lain bahwa productivity memiliki dua dimensi. Dimensi pertama adalah efektivitas yang mengarah kepada pencapaian target berkaitan dengan kualitas, kuantitas waktu, yang kedua yaitu efisiensi yang berkaitan dengan upaya membandingkan input dengan realisasi penggunaannya atau bagaimana pekerjaan tersebut dilaksanakan. Satuan yang digunakan dalam perhitungan ini yaitu persen (%).

Growth (X5)

Growth (Pertumbuhan Perusahaan) adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size* berdasarkan kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*). Satuan yang digunakan dalam perhitungan ini yaitu persen (%).

Metode Analisis Data

Statistik Deskriptif

Analisis data deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara menggambarkan atau

mendeskripsikan data yang telah terkumpul. Hal ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dari sebuah sampel ataupun populasi yang diamati dan dapat digambarkan lewat tabel dan gambar. Sebagaimana telah diketahui bahwa analisis deskriptif tidak dilakukan perhitungan dan uji klasik. Sehingga tidak dapat dilakukan referensial terhadap hasil analisis ini. Namun hasil analisis ini dapat memberikan informasi yang baik jika akan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah untuk metode analisis yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara dua atau lebih variable independen dengan variable dependen Sugiyono (2016). Analisis ini untuk mengetahui arah pengaruh anatara variable independen dengan variable dependen apakah masing-masing variable independen berpengaruh positif atau negative untuk memprediksi nilai dari variable dependen apabila variable independen mangalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Peringkat Obligasi

a = Nilai Konstanta

b1-5 = Koefisien Regresi

X1 = Leverage

X2 = Likuiditas

X3 = Profitabilitas

X4 = Productivitas

X5 = Growth

e = Standar Error

Koefisien Determinasi

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan (Sugiyono 2015) dengan rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat.

R = korelasi Product Moment

a. Jika Kd mendekati (0). Berarti pengaruh variabel dependen terhadap independen lemah.

b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen diperkuat.

Uji Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu leverage, liquidity, profitability, productivity dan growth. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah H0 ditolak. Sebaliknya tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah H0 diterima. Pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan menggunakan $\alpha=5\%$.

Uji t (T-Hitung)

Uji t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variable independen terhadap variable dependen dengan mengansumsikan bahwa variable independen lain dianggap konstan (Sugiyono 2015).

$$t = \frac{b_j \sqrt{SS_{xx}}}{\sqrt{MSE}}$$

Keterangan :

t : Distribusi

r : Koefisien Korelasi Parsial

r^2 : Koefisien Determinasi

n : Jumlah

adapun rumus mencari t tabel :

$$df = n - k$$

keterangan :

n : Jumlah Sampel

k : Jumlah Variabel Bebas Dan Terikat

Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen.

Uji f (Pengujian Secara Simultan)

nilai f atau yang sering disebut uji model, pengujian ini dilakukan apakah model regresi yang diteliti sudah baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan menurut (Sugiyono 2015) untuk mengetahui signifikan korelasi ganda dicari dulu F_{hitung} sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan :

- R^2 : Koefisien Determinasi
 k : Jumlah Variabel Independen
 n : Jumlah Anggota Data Atau Sampel
 $n-k$: Degree Of Freedom

Adapun rumus cara mencari F table :

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

Keterangan :

- n : Jumlah Sampel
 k : Jumlah Variabel Bebas Dan Terikat

Kriteria Pengujian adalah Sebagai Berikut :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{table}$ maka H_0 diterima

H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara *leverage*, *liquidity*, *profitability*, *productivity* dan *growth* terhadap Peringkat Obligasi.

profitability, *productivity* dan *growth* terhadap Peringkat Obligasi.

Alat Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses pemeriksaan, pembersihan, transformasi dan pemodelan data dengan tujuan menemukan informasi yang berguna, menginformasikan kesimpulan dan mendukung pengambilan keputusan. Analisis data sendiri memiliki banyak segi dan pendekatan yang mencakup beragam teknik dengan berbagai nama, dan digunakan dalam domain bisnis, sains, dan ilmu sosial yang berbeda.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus dari variable X yaitu :

Rasio leverage

Rasio *leverage* diukur menggunakan Debt to Total Asset Ratio (DAR) dengan rumus :

$$DAR = \frac{\text{Debt}}{\text{Total Asset}}$$

Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas diukur menggunakan *Current Ratio* dengan rumus :

$$CR = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liability}}$$

Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas ini diukur menggunakan *Return On Asset (ROA)* dengan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

Rasio Productivitas

Rasio Produktivitas ini diukur menggunakan *sales to Total Asset* dengan rumus :

$$STOA = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Asset}}$$

Rasio Growth

Rasio Growth ini diukur menggunakan (growth opportunities). Dengan rumus :

$$Growth = \frac{\text{Growth Opportunities}}{\text{Total Asset}}$$

2. Jika $F_{hitung} > F_{table}$ maka H_0 ditolak H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara simultan antara *leverage*, *liquidity*,

**Analisis Data Dan
Pembahasan Analisis
Statistik Deskriptif**

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur barang dan konsumsi periode tahun 2015-2019 yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek

Indonesia (www.idx.co.id). maka deskriptif statistik sebagai berikut :

Deskriptif Data Penelitian
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Leverage	42	.16	.77	.4052	.18581
Likuiditas	42	.00	327.61	7.9090	50.53457
profitabilitas	42	.02	.63	.2424	.14697
produktivitas	42	.00	.98	.0630	.18848
Growth	42	.01	.68	.2116	.17830
Obligasi	42	10.00	18.00	15.6667	2.72000
Valid N (listwise)	42				

Sumber : Data diolah 2022

a. Deskriptif Leverage

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji data diketahui bahwa data leverage (X1) diperoleh nilai tertinggi sebesar 77, nilai terendah 16, rata-rata sebesar 4052, serta standar deviasi sebesar 18581. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata atau mean lebih besar dan standar deviasi yang dinyatakan baik.

b. Deskriptif Likuiditas

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji data diketahui bahwa data likuiditas (X2) diperoleh nilai tertinggi sebesar 327, nilai terendah 00, rata-rata sebesar 7.9090, serta standar deviasi sebesar 50.53457. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata atau mean lebih kecil dari standar deviasi yang dinyatakan kurang baik.

c. Deskriptif Profitabilitas

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji data diketahui bahwa data profitabilitas (X3) diperoleh nilai tertinggi sebesar 63, nilai terendah 02, rata-rata sebesar 2424, serta standar deviasi sebesar 14697. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata atau mean lebih besar dan standar deviasi yang dinyatakan baik.

d. Deskriptif Produktivitas

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji data diketahui bahwa data produktivitas (X4) diperoleh nilai tertinggi sebesar 98, nilai terendah 00, rata-rata

sebesar 0603, serta standar deviasi sebesar 18848. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata atau mean lebih kecil dari standar deviasi yang dinyatakan kurang baik.

e. Deskriptif Growth

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji data diketahui bahwa data growth (X5) diperoleh nilai tertinggi sebesar 68, nilai terendah 01, rata-rata sebesar 2116, serta standar deviasi sebesar 17830. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata atau mean lebih besar dan standar deviasi yang dinyatakan baik.

f. Deskriptif Peringkat Obligasi

Berdasarkan tabel 4.1 hasil uji data diketahui bahwa data Peringkat Obligasi (Y) diperoleh nilai tertinggi sebesar 18.00. Nilai terendah sebesar 10.00. Rata-rata sebesar 15.6667. serta standar deviasi sebesar 2.72000. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi yang dinyatakan baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel hasil uji *coefficients* berdasarkan *output* spss versi 23 terhadap variabel-variabel independen yaitu Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Produktivitas dan Growth ditunjukkan pada tabel berikut:

Analisis regresi linear berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.431	1.502		11.608	.000
	leverage	-7.311	2.429	-.474	-3.010	.005
	liquidity	.004	.008	.081	.562	.578
	profitability	6.365	3.425	.340	1.859	.071
	produktivitas	-2.981	2.148	-.204	-1.388	.174
	y					
	growt	-1.271	2.646	-.082	-.481	.634

a. Dependent Variable: obligasi

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, terlihat bahwa hasil perhitungan analisis regresi linear berganda pada tabel koefisien diperoleh nilai konstanta sebesar 17.431 dan koefisien regresi leverage (X1) sebesar -7.311, likuiditas (X2) sebesar .044, profitabilitas (X3) sebesar 6.365, produktivitas (X4) sebesar -2.981, growth (X5) sebesar -1.271. nilai konstanta dan koefisien regresi ini dimasukkan dalam persamaan linear berganda berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 19.379 + -11.289 X_1 + 4.466 X_2 + 4.726 X_3 + -0.646 X_4 + -1.433 X_5 + e$$

Keterangan :

1. Nilai Konstanta (a) adalah bertanda positif 17.431 artinya jika variabel leverage, likuiditas, profitabilitas, produktivitas, dan growth dianggap konstanta (tetap atau tidak ada perubahan) maka peringkat obligasi akan naik sebesar 17.431.
2. Nilai koefisien leverage, Jika variabel leverage menurun sebesar 1% maka peringkat obligasi juga akan menurun sebesar -7.311 Dengan mengasumsikan variabel lainnya konstan.
3. Nilai koefisien likuiditas, Jika variabel likuiditas naik sebesar 1% maka peringkat

obligasi juga akan naik sebesar .044 Dengan mengasumsikan variabel lainnya konstan.

4. Nilai koefisien profitabilitas Jika variabel profitabilitas naik sebesar 1% maka peringkat obligasi juga akan naik sebesar 6.365. Dengan mengasumsikan variabel lainnya konstan.
5. Nilai koefisien produktivitas Jika variabel produktivitas menurun sebesar sebesar 1% maka peringkat obligasi juga akan menurun sebesar -2.981. Dengan mengasumsikan variabel lainnya konstan.
6. Nilai koefisien growth Jika variabel growth menurun sebesar sebesar 1% maka peringkat obligasi juga akan menurun sebesar -1.271. Dengan mengasumsikan variabel lainnya konstan.

Koefisien Determinasi

Nilai yang digunakan untuk melihat uji koefisien determinasi *R square* pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Dalam hal ini *R square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh indenpenden yaitu leverage, likuiditas, profitabilitas, produktivitas dan growth terhadap variabel dependen yaitu peringkat obligasi. Ditunjukkan pada tabel berikut.

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.292	.191	2.47594

a. Predictors: (Constant), growt, produktivity, liquidity, leverage, profitability

Dari tabel 4.8 diatas dapat diketahui berapa besar pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi dengan rumus $KD = 0.541^2 \times 100\% = 29,2\%$ atau dapat dilihat pada *R square* sebesar 0,292 artinya persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel indenpenden terhadap variabel dependen adalah sebesar 29,2% sedangkan sisanya (100% - 29,2%), yaitu menjadi 70,8%

dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel indenpenden leverage, likuiditas, profitabilitas, produktivitas dan growth terhadap variabel dependen Peringkat Obligasi. Hal ini bisa dilihat pada tabel berikut :

Hasil Perhitungan Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.431	1.502		11.608	.000
leverage	-7.311	2.429	-.474	-3.010	.005
liquidity	.004	.008	.081	.562	.578
profitability	6.365	3.425	.340	1.859	.071
Produktivit y	-2.981	2.148	-.204	-1.388	.174
growt	-1.271	2.646	-.082	-.481	.634

a. Dependent Variable: obligasi

Dengan tingkat signifikan 5% dan jumlah data 42, dengan melakukan uji dua arah, maka didapatkan ttabel adalah $df = n - k (42 - 6 = 36)$, sehingga diperoleh ttabel = 2,028, dengan hasil sebagai berikut :

1. Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan , hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (-3,010 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara leverage = 0,005 < 0,050. Artinya nilai signifikan leverage < 0,05. Maka Ho ditolak H_a diterima artinya terdapat perngaruh yang signifikan antara leverage dengan peringkat obligasi.
2. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan , hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (.562 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara likuiditas = 0,578 > 0,050. Artinya nilai signifikan leverage > 0,05. Maka Ho diterima H_a ditolak artinya tidak terdapat perngaruh yang signifikan antara likuiditas dengan peringkat obligasi.
3. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan , hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (1,859 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara profitabilitas = 071 > 0,050. Artinya

- nilai signifikan leverage $> 0,05$. Maka H_0 diterima H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dengan peringkat obligasi.
4. Produktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung $< t_{tabel}$ ($-1,388 < 2,028$) serta dengan nilai signifikan antara produktivitas = $174 > 0,050$. Artinya nilai signifikan leverage $> 0,05$. Maka H_0 diterima H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara produktivitas dengan peringkat obligasi.
 5. Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung $< t_{tabel}$ ($-481 < 2,028$) serta dengan nilai signifikan

antara growth = $634 > 0,050$. Artinya nilai signifikan leverage $> 0,05$. Maka H_0 diterima H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara growth dengan peringkat obligasi.

Uji f (Simultan)

Signifikan model regresi secara simultan diuji dengan melihat perbandingan antara F_{tabel} dan F_{hitung} . Selain itu akan dilihat nilai signifikan (sig), dimana jika nilai sig dibawah $0,05$ maka variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap variabel dependen. uji f digunakan untuk menguji regresi antar variabel Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Produktivitas dan Growth terhadap Peringkat Obligasi. Bisa dilihat pada tabel berikut ini :

Hasil Perhitungan Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	88.660	5	17.732	2.893	.027 ^b
Residual	214.560	35	6.130		
Total	303.220	40			

a. Dependent Variable: obligasi

b. Predictors: (Constant), growt, produktivity, liquidity, leverage, profitability

Dengan taraf signifikan 5% dan jumlah data (n) 42. Maka didapat harga F_{tabel} adalah $df_1 = k - 1$ ($6 - 1 = 5$) dan $df_2 = n - k$ ($42 - 6 = 36$), dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Sehingga didapat F_{tabel} adalah 2,48. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F_{hitung} adalah 2,893 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,027. Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diputuskan sebagai berikut : dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $2,893 > 2,48$. Serta dengan nilai signifikan $0,027 > 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara leverage, likuiditas, profitabilitas, produktivitas dan growth terhadap Peringkat Obligasi.

Pembahasan

Pengaruh Leverage Terhadap Peringkat Obligasi

Variabel leverage dari hasil uji t diperoleh nilai thitung $-3,010$ dengan tingkat signifikan $0,005$ artinya terdapat pengaruh antara leverage dengan peringkat obligasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai thitung $> t_{tabel}$ ($-3,010 > 2,028$) serta dengan nilai signifikan antara leverage = $0,013 < 0,050$. Artinya nilai signifikan leverage $< 0,05$. Maka H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara leverage dengan peringkat obligasi.

Dari hasil penelitian leverage berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Sihombing Rahmawati "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Hasil penelitian menyatakan

leverage tidak memiliki pengaruh terhadap peringkat obligasi.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Peringkat Obligasi

Variabel likuiditas dari hasil uji t diperoleh nilai thitung .562 dengan tingkat signifikan 0,204 artinya tidak terdapat pengaruh antara likuiditas dengan peringkat obligasi. hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (.562 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara likuiditas = 0,578 > 0,050. Artinya nilai signifikan likuiditas > 0,05. Maka H_0 diterima H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas dengan peringkat obligasi.

Dari hasil penelitian likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Ninis Kurniasih “Determinan Peringkat Obligasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI” dengan hasil penelitian menyatakan Likuiditas berpengaruh secara signifikan terhadap peringkat obligasi.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Peringkat Obligasi

Variabel profitabilitas dari hasil uji t diperoleh nilai thitung 1,859 dengan tingkat signifikan 0,071 artinya tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas dengan peringkat obligasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (1,859 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara profitabilitas = 0,071 > 0,050. Artinya nilai signifikan profitabilitas > 0,05. Maka H_0 diterima H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dengan peringkat obligasi.

Dari hasil penelitian profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Aries Veronica “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi Pada Perusahaan Manufaktur” dengan hasil penelitian menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi.

Pengaruh Produktivitas Terhadap Peringkat Obligasi

Variabel produktivitas dari hasil uji t diperoleh nilai thitung -1,388 dengan tingkat

signifikan 0,174 artinya tidak terdapat pengaruh antara produktivitas dengan peringkat obligasi. hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (-1,388 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara produktivitas = 0,174 > 0,050. Artinya nilai signifikan produktivitas > 0,05. Maka H_0 diterima H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara produktivitas dengan peringkat obligasi.

Dari hasil penelitian produktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan Magreta dan Popy Nurmawati “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prediksi Peringkat Obligasi Ditinjau Dari Faktor Akuntansi Dan Non Akuntansi” dengan hasil penelitian menyatakan produktivitas berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi.

Pengaruh Growth Terhadap Peringkat Obligasi

Variabel growth dari hasil uji t diperoleh nilai thitung -.481 dengan tingkat signifikan 0,634 artinya tidak terdapat pengaruh antara growth dengan peringkat obligasi. Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (-.481 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara growth = 0,634 > 0,050. Artinya nilai signifikan leverage > 0,05. Maka H_0 diterima H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara growth dengan peringkat obligasi.

Dari hasil penelitian growth tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Sihombing Rahmawati “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Hasil penelitian menyatakan growth tidak memiliki pengaruh terhadap peringkat obligasi.

Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Produktivitas Dan Growth Terhadap Peringkat Obligasi

Variabel Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Produktivitas Dan Growth dari hasil uji f diperoleh nilai fhitung 2,893 dengan tingkat signifikan 0,072. artinya terdapat pengaruh

Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Produktivitas Dan Growth Terhadap Peringkat Obligasi Hal ini dapat dibuktikan dari nilai Fhitung adalah 2,419 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,027. Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diputuskan sebagai berikut : dimana Fhitung > Ftabel atau 2,893 > 2,48. Serta dengan nilai signifikan 0,027 > 0,05 maka Ho ditolak H α diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara leverage, likuiditas, profitabilitas, produktivitas dan growth terhadap Peringkat Obligasi.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Produktivitas Dan Growth terdapat pengaruh yang signifikan Terhadap Peringkat Obligasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan tentang pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Produktivitas Dan Growth Terhadap Peringkat Obligasi pada Sektor Barang Konsumsi Tahun 2015-2021 di BEI. Sebagaimana diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan, yakni sebagai berikut :

1. Secara parsial leverage berpengaruh secara signifikan terhadap peringkat obligasi Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai thitung > ttabel (-3.010 > 2,028) serta dengan nilai signifikan antara leverage = 0,013 < 0,050. Artinya nilai signifikan leverage < 0,05. Maka Ho ditolak H α diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara leverage dengan peringkat obligasi.
2. Secara parsial likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (.562 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara likuiditas = 0,578 > 0,050. Artinya nilai signifikan likuiditas > 0,05. Maka Ho diterima H α ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas dengan peringkat obligasi.
3. Secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi Hal ini dibuktikan dengan nilai

thitung < ttabel (1,859 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara profitabilitas = 071 > 0,050. Artinya nilai signifikan profitabilitas > 0,05. Maka Ho diterima H α ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dengan peringkat obligasi.

4. Secara parsial produktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (-1,388 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara produktivitas = 174 > 0,050. Artinya nilai signifikan produktivitas > 0,05. Maka Ho diterima H α ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara produktivitas dengan peringkat obligasi.
5. Secara parsial growth tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel (-481 < 2,028) serta dengan nilai signifikan antara growth = 634 > 0,050. Artinya nilai signifikan leverage > 0,05. Maka Ho diterima H α ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara growth dengan peringkat obligasi.
6. Secara simultan leverage, likuiditas, profitabilitas, produktivitas dan growth berpengaruh secara signifikan terhadap peringkat obligasi Hal ini dapat dibuktikan dari nilai Fhitung adalah 2,893 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,027. Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diputuskan sebagai berikut : dimana Fhitung > Ftabel atau 2,893 > 2,48. Serta dengan nilai signifikan 0,055 > 0,05 maka Ho ditolak H α diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara leverage, likuiditas, profitabilitas, produktivitas dan growth terhadap Peringkat Obligasi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diatas, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

Bagi perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

seharusnya meningkatkan kinerja perusahaan. Sehingga dengan meningkatnya kinerja perusahaan dapat berpengaruh terhadap rating obligasinya.

Bagi peneliti selanjutnya mungkin dapat mempertimbangkan kembali dalam menggunakan objek penelitian untuk seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia termasuk dari perusahaan keuangan yang menggunakan metode pengukuran yang telah disesuaikan dengan sektor industri dari setiap perusahaan. Sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih valid,

Bagi peneliti selanjutnya mungkin dapat mempertimbangkan beberapa variabel lain baik yang berupa data keuangan maupun non-keuangan yang mungkin dapat berpengaruh terhadap peringkat obligasinya.

Bagi investor mungkin dapat memperhatikan lebih lanjut sebelum memutuskan untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi obligasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana Spica dan Vieka Devi. (2007) *"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prediksi Peringkat Obligasi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta"*. Proceeding Seminar Nasional Manajemen SMART. Universitas Kristen Maranatha Bandung. November. Hal.1-22.
- Altman, Edward 1. 2000. *Predicting Financial Distress Of Companies & Revising The 2-Score And Zeta Models*
- Andry, Wydia. 2005. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prediksi Peringkat Obligasi*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan.Vol.5, No.2 Nov 2003 : hal. 123-132.
- Ang, Robert. 2007. Buku Pintar Pasar Modal Indonesia: Mediasoft Indonesia
- Amalia, Ninik. (2013) *"Pemeriksaan Obligasi PT Pefindo: Berdasarkan Informasi Keuangan"*. Accounting Analysis Journal. Universitas Negeri Semarang. 2 (2):139147.
- Brigham. E. F. dan J. F. Houston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. Edisi kesepuluh. Diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat.
- Chan, K; Jagadeesh, N; and warga, A. 1999. *Market based evaluation for model to predict bond ratings and corporate bond trading strategy*, download www.google.com.
- Darmadji, T., & Fakhruddin, H. M. (2008). Pasar Modal di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, Irham. (2014) Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Gumanti, TatangArya. 2011. Manajemen investasi Konsep, "Teori dan Aplikasi". Jakarta: Mitra Wacana Medika.
- Henry,Faizal Noor. Investasi *"Pengelolaan Keuangan Bisnis dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat"*.Indeks : Jakarta.
- IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia). 2011 *Standar Professional Akuntan Publik (SAPP)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2012. *Standar Akuntansi Keuangan. PSAK*. Cetakan Keempat, Buku Satu, Jakarta: Penerbit Salemba Empat Jakarta.
- Idx.co.id_bei
- Katadata.com.id
- Kustiyaningrum, D., Nuraina, E.,dan Wijaya, A.L. 2016. *Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, dan Umur Obligasi Terhadap Peringkat Obligasi (Studi Pada Perusahaan Terbuka Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Akuntansi dan Pendidikan.Vol.5.

- Mahfudhoh, R.U., dan Cahyonowati, N. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi*. Diponegoro Journal Of Accounting. Vol.1.
- Magreta dan Poppy Nurmawati. (2009) "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prediksi Peringkat Obligasi Ditinjau dari Faktor Akuntansi dan Non Akuntansi". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 11 (3): 143-154.
- Ninis Kurniasih (2015) "Determinan Peringkat Obligasi pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI". *Jurnal Ilmu dan Riset* vol.4 No 2, Februari 2015
- Raharja dan Sari, Maylia Pramono. 2008. *Kemampuan Rasio Keuangan dalam Memprediksi Peringkat Obligasi (PT KASNIC Credit Rating)*. *Jurnal Maksi*, Vol.8 No.2 Agustus 2008: 212-232.
- Raharjo, Sapto. 2003. "Panduan Investasi Obligasi." Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sari, Maylia Pramono. (2007) "Kemampuan Rasio Keuangan Sebagai Alat Untuk Memprediksi Peringkat Obligasi (PT Pefindo)". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. 14 (2): 172-182.
- Serfiyani, C.Y., Purnomo, R.S.D., and Hariyani, I. 2017. *Capital Market Top Secret Ramuan Sukses Bisnis Pasar Modal Indonesia*. Andi: Yogyakarta.
- Sejati, Grace Putri. (2010) "Analisis Faktor Akuntansi dan Non Akuntansi dalam Memprediksi Peringkat Obligasi Perusahaan Manufaktur". *Bisnis & Birokrasi. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17 (1): 70-78.
- Septyawanti, Hilda Indria. (2013) "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi Perusahaan". *Accounting Analysis Journal*. Universitas Negeri Semarang. 2 (3): 276285.
- Sihombing Rhmawati (2015) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI". *Jurnal Ekonomi Kiat* Vol. 26, No. 1
- Soesetio, Y. 2008. *Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, kuran Perusahaan, Struktur Aktiva, dan Profitabilitas terhadap Kebijakan Hutang*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 12 No. 3. September 2008. Hal 384-398.
- Sofyan, SyafriHarahap. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. 2013. Jakarta : Raja Grafindo
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit . Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2011. *Ekonometrika terapan-teori dan analisis dengan SPSS*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Veronica, A. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prediksi Peringkat Obligasi Pada Perusahaan Manufaktur*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol.13.

www.pefindo.com

**THE INFLUENCE OF INFORMATION ASYMMETRY, AUDIT QUALITY AND
OWNERSHIP STRUCTURE ON PROFIT MANAGEMENT CASE
STUDY IN PHARMACEUTICAL SUB-SECTOR COMPANIES
LISTED IN IDX 2017-2021 PERIOD**

*Wiwin Guspika Dewi (wiwindewi17@gmail.com)
Accountant Study Program / STIE Sakti Alam Kerinci
Cyntia Carolina, S.E., M.Si
Lecture Of Accountant Study Program / STIE Sakti Alam Kerinci*

Abstract

The analysis tool used in this study was multiple linear regression analysis which was logged with the help of statistical software version 20. The source of the data came from IDX financial report data on the IDX website (www.idx.co.id). Data collection techniques were carried out using library research techniques.

Based on the results of the study, it shows that: Information asymmetry has no significant effect on earnings management partially in this study, seen from the value , - tcount < -ttable or $-0.209 < 2.201$, or sig value > 0.05 ($0.845 > 0, 05$). Audit Quality There is no significant effect on Earnings Management partially in this study, seen from the tcount < ttable or $0.048 < 2.201$, or the sig value > 0.05 ($0.964 > 0.05$). Ownership Structure There is a significant influence on Earnings Management partially in this study, seen in the value, tcount > ttable or $2.469 > 2.201$, or sig value > 0.05 ($0.069 > 0.05$). The magnitude of the influence between information asymmetry, audit quality and ownership structure on earnings management is 34.1% (100% - 65.9%).

Keywords : Information Asymmetry, Audit Quality, Ownership Structure and Earnings Management

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan dan ketatnya persaingan dunia bisnis menuntut setiap perusahaan untuk dapat bertahan dan memiliki keunggulan dalam bidang usahanya. Pemanfaatan sumber daya perusahaan yang efisien dan efektif dalam menjalankan kegiatan operasional dapat membantu perusahaan untuk memenangkan kompetisi pesaing dalam pasar. Perusahaan cenderung akan selalu menunjukkan kinerja yang baik (Astari dan Suryawana, 2017). Salah satu sumber informasi dalam menilai kinerja

perusahaan adalah laba yang dihasilkan dalam laporan keuangan. Meningkatnya angka laba dari tahun ke tahun dapat menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber dayanya secara maksimal untuk memperoleh keuntungan. Laporan keuangan adalah suatu penyajian yang terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan berguna untuk memberikan informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan yaitu pihak internal maupun eksternal.

Informasi penting yang terdapat dalam laporan keuangan adalah informasi mengenai laba perusahaan. Informasi laba merupakan komponen informasi keuangan yang menjadi pusat perhatian sekaligus dasar pengambilan keputusan pihak-pihak yang berkepentingan, misalnya digunakan untuk menilai kinerja perusahaan ataupun kinerja manajer (Weston, 1991). Pentingnya informasi mengenai laba ini, pihak manajemen sering melakukan tindakan yang mementingkan kepentingannya sendiri (*opportunistic*) dengan merekayasa laba sesuai dengan keinginannya. Tindakan mengatur laba perusahaan sesuai dengan keinginan manajemen inilah yang dikenal dengan istilah manajemen laba (*earnings management*). Manajemen laba akan mempengaruhi nilai-nilai dalam laporan keuangan dan mengganggu para pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba pada laporan keuangan hasil rekayasa tersebut. Para pemakai laporan keuangan akan sangat merasa dirugikan dengan manajemen laba ini karena mereka tidak akan mendapatkan informasi yang benar mengenai posisi keuangan perusahaan. Manajemen laba adalah campur tangan dalam proses penyusunan pelaporan keuangan eksternal, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi, pihak yang tidak setuju, mengatakan bahwa hal ini hanyalah upaya untuk memfasilitasi operasi yang tidak memihak dari sebuah proses.

Menurut Scott (2015) menjelaskan bahwa manajemen laba adalah pilihan kebijakan akuntansi oleh manajemen yang mempengaruhi laba. Manajemen laba terjadi karena beberapa alasan seperti untuk meningkatkan kompensasi, menghindari persyaratan hutang,

memenuhi ramalan analisis dan mempengaruhi harga saham. Menurut Halim (2005), Beberapa faktor yang dianggap berpengaruh terhadap manajemen laba diantaranya :

1. Asimetri informasi
2. Kinerja masa kini
3. Kinerja masa depan
4. *Leverage*
5. Ukuran perusahaan
6. Kualitas audit
7. Struktur kepemilikan

Dalam penelitian ini penulis ingin meneliti faktor asimetri informasi, kualitas audit, dan struktur kepemilikan terhadap manajemen laba. Menurut Scott (2009), Asimetri Informasi adalah salah satu pihak yang ikut atau turut serta dalam pasar seperti penjual misalnya akan mengetahui tentang suatu aset yang diperdagangkan kepada pihak lainnya yang turut berpartisipasi dan tidak tahu, ketika situasi ini keluar, maka pasar akan dikatakan seperti demikian dan biasanya dicirikan dengan asimetri informasi.

Menurut Bastian (2014), Kualitas Audit merupakan suatu pemeriksaan yang sistematis dan independen untuk menentukan apakah kualitas aktivitas dan pencapaian hasil sesuai dengan rencana yang sudah dirancang serta dapat dilaksanakan secara efektif dalam pencapaian tujuan.

Menurut Ardiati (2005), Pemeriksaan laporan keuangan yang dilakukan oleh auditor memiliki kualitas yang berbeda-beda. Oleh karena

itu, auditing berkualitas tinggi (*high-quality auditing*) bertindak sebagai pencegah manajemen laba yang efektif, karena reputasi manajemen akan hancur dan nilai perusahaan akan turun apabila pelaporan yang salah ini terdeteksi dan terungkap.

Menurut Dewi (2005) Struktur kepemilikan merupakan faktor yang mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang akhirnya berpengaruh pada laporan keuangan, hal ini disebabkan oleh karena adanya kontrol yang mereka miliki. Struktur kepemilikan dapat dibagi menjadi dua yaitu struktur kepemilikan manajerial dan struktur kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional, adalah proporsi yang dimiliki oleh pihak institusi pada akhir tahun yang diukur dalam persentase jumlah kepemilikan institusional terhadap jumlah saham secara keseluruhan.

Fenomena yang terjadi mengenai manajemen laba yang meningkat dalam beberapa tahun terakhir ini telah melibatkan banyak pihak dan berdampak luas sehingga menyebabkan merosotnya kepercayaan para pemakai laporan keuangan khususnya laporan keuangan auditan terhadap auditor mulai menurun. Salah satu kasus manajemen laba yang terjadi di Indonesia adalah kasus yang terjadi pada PT. Kimia Farma Tbk. Pada audit tanggal 31 Desember 2001, manajemen Kimia Farma melaporkan laba bersih sebesar Rp. 132 milyar yang di audit oleh Hans Tuanakotta dan Mustofa (HTM). Tetapi Kementerian BUMN dan Bapepam menilai bahwa laba bersih tersebut terlalu besar. Setelah dilakukan audit ulang pada 3 Oktober 2002, laporan keuangan PT. Kimia Farma Tbk disajikan

kembali (*restated*). Keuntungan yang disajikan dalam laporan keuangan hanya sebesar Rp. 99,56 milyar atau lebih rendah Rp. 32,6 milyar dari laba awal yang dilaporkan. Kesalahan penyajian timbul karena adanya *overstated* pada nilai persediaan. Tidak hanya itu saja pencatatan ganda atas penjualan juga disalah sajikan oleh manajemen. Pencatatan ganda tersebut dilakukan pada unit-unit yang tidak disampling oleh akuntan sehingga tidak dapat di deteksi. Terjadinya kasus manipulasi laporan keuangan pada PT. Kimia Farma dan PT. Indofarma Tbk ini dapat menyebabkan keraguan pada investor terhadap laporan keuangan yang disajikan manajemen. Hal ini dapat menyebabkan investor tidak ingin menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, sehingga kasus ini berdampak buruk terhadap nilai perusahaan atau nilai pasarnya.

Mayanda (2008) melakukan penelitian tentang pengaruh asimetri informasi, struktur kepemilikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di PT BEI, hasilnya menunjukkan bahwa struktur kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Eliza (2010) menemukan adanya pengaruh negatif antara kepemilikan institusional terhadap manajemen laba. Namun Saffudin (2011) menemukan hasil bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Dahlan (2009) menemukan terdapat hubungan antara kualitas audit dengan *discretionary accruals*. Namun berbeda dengan hasil yang ditemukan Saffudin (2011) bahwa

kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah, permasalahan yang di hadapi tidak terlalu luas maka perlu digunakan batasan masalah yaitu pada penelitian ini alat ukur dari Struktur Kepemilikan di lihat dari Kepemilikan Institusional bukan dari Kepemilikan Manajerial karena keterbatasan data.

Rumusan Masalah

Agar penelitian dapat berhasil secara optimal, maka perlu terlebih dahulu dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

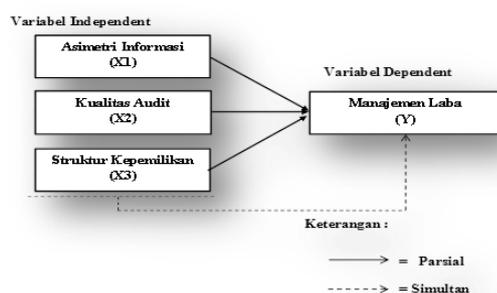
1. Apakah terdapat pengaruh Asimetri Informasi terhadap Manajemen laba secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 ?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Audit terhadap Manajemen Laba secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
3. Apakah terdapat pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Manjaemen Laba secara parsial pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
4. Apakah terdapat pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, dan Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba secara simultan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 ?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba secara parsial pada perusahaan sub sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas audit terhadap manajemen laba secara parsial pada perusahaan sub sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021
3. Untuk mengetahui pengaruh struktur kepemilikan terhadap manajemen laba secara parsial pada perusahaan sub sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021
4. Untuk mengetahui pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit dan Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba secara simultan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021

Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif yang berupa data laporan keuangan perusahaan yang diambil pada periode yang sudah ditentukan. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka atau bilangan yang absolut dimana data tersebut dapat dikumpulkan dan lebih mudah untuk dibaca. Pada penelitian ini data kuantitatif tersebut dianalisis dan selanjutnya diambil kesimpulan mengenai pengaruh asimetri informasi, kualitas audit, dan struktur kepemilikan terhadap manajemen laba pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di BEI.

Objek penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021. Penelitian ini diperkirakan mulai dari bulan Oktober 2022 dan diperkirakan selesai pada bulan Desember 2022 dengan mengambil data di Bursa Efek Indonesia melalui situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan Sub Sektor Farmasi di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-

2021 yaitu sebanyak 9 perusahaan. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia yang memenuhi kriteria tertentu. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang didasarkan atas kriteria-kriteria tertentu atau ciri-ciri tertentu yang dimiliki oleh sampel itu.

Perusahaan yang dijadikan sampel merupakan perusahaan yang memenuhi kriteria berikut: (1)Perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021. (2)Perusahaan sub sektor farmasi yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap berturut-turut dari tahun 2017-2021 dan berakhir tanggal 31 Desember. (3) Perusahaan yang memiliki data lengkap sesuai dengan kebutuhan variabel penelitian yang secara konsisten mulai dari tahun 2017-2021. (4) Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah pada periode 2017-2021. (5) Perusahaan yang memiliki data laporan keuangan lengkap yang telah diaudit untuk lima tahun terakhir dihitung mulai tahun 2017-2021. Populasi penelitian yaitu sebanyak 9 perusahaan manufaktur dan terdapat 7 perusahaan yang tidak memenuhi kriteria di atas sehingga jumlah sampel menjadi 2 perusahaan, selama 5 tahun.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari laporan keuangan dan catatan atas laporan keuangan perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2021. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder,

yaitu data yang diperoleh tidak langsung atau melalui perantara (dicatat dan diolah oleh pihak lain) data yang diperoleh dalam penelitian berasal dari : Situs IDX (www.idx.co.id) Situs IDN (www.idnfinancials.com).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dokumentasi berupa laporan keuangan dari perusahaan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu juga menggunakan studi pustaka dengan mengumpulkan data, artikel, jurnal, maupun sumber tertulis lain yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasionalisasi yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tertentu. Variabel dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu variabel terikat (dependen/Y) dan variabel bebas (independen/ X).

1. Manajemen Laba (Y)

Manajemen Laba dalam penelitian ini adalah mengukur DAC Perusahaan Sub Sektor Famasi Periode 2017 s.d 2021 yang diukur terlebih dahulu akan mengukur total akrual. Total akrual diklasifikasikan menjadi komponen *discretionary* dan *nondiscretionary* ,dengan tahapan mengukur total accrual, lalu menghitung nilai *accruals*, lalu menghitung *nondiscretionary* accruals model (NDA). Variabel ini diukur dengan satuan Rupiah.

2. Asimetri Informasi (X1)

Asimetri informasi diukur dengan menggunakan *Relative bid-ask Spread*, dimana asimetri informasi dilihat dari selisih harga saat *ask* dengan harga *bid* saham perusahaan atau selisih harga jual dan harga beli saham perusahaan selama satu tahun. *Bid ask spread* dihitung sebagai rata-rata selama 12 bulan (Januari-Desember) dari perhitungan. Variabel ini diukur dalam satuan persen (%).

3. Kualitas Audit (X2)

Kualitas audit diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yakni variabel yang berukuran kategori atau dikotomi dengan memberi kode 0 (nol) untuk Kantor Akuntansi Publik (KAP) *non big four* dan nilai 1 untuk Kantor Akuntansi Publik (KAP) yang berafiliasi dengan Kantor Akuntansi Publik (KAP) *big four* memiliki kualitas audit yang lebih baik dan berkualitas dengan auditor Kantor Akuntansi Publik (KAP). Variabel ini diukur dalam satuan hitung angka.

4. Struktur Kepemilikan (X3)

Sruktur Kepemilikan berdasarkan Konsentrasi Kepemilikan Saham terdiri atas Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional.

1. Kepemilikan Institusional
Kepemilikan Institusional dihitung dengan membagi jumlah lembar saham yang dimiliki institusi dengan total saham beredar. Variabel ini diukur dalam satuan persen (%).

Alat Analisis Data

1. Pengukuran Variabel

- Manajemen laba

Model perhitungannya sebagai berikut:

1. Menghitung Total Akrual

$$TAC_{it} = Nit - CFO_{it}$$

2. Menghitung Nilai AkruaI dengan Persamaan Regresi

$$\left(\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}}\right) = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}}\right) + \beta_2 \left(\frac{REV_{it} - REV_{it-1}}{A_{it-1}}\right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}\right)$$

3. Menghitung Nilai *non discretionary accruals*

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}}\right) + \beta_2 ([REV_{it} - REC_{it-1}] - [REC_{it} - REC_{it-1}]) / A_{it-1} + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}\right)$$

4. Menghitung nilai *Discretionary Accruals (DA)*

$$DA_{it} = \left(\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}}\right) - NDA_{it}$$

- Asimetri Informasi
Metode perhitungannya sebagai berikut :

$$SPREAD = \frac{ask\ price - bid\ price}{(ask\ price + bid\ price)} \times 100$$

- Kualitas Audit
Ukuran KAP diukur dengan skala nominal melalui *variabel dummy*. Angka 1 digunakan untuk mewakili perusahaan yang diaudit oleh KAP *Big Four* dan angka 0 digunakan untuk mewakili perusahaan yang tidak diaudit oleh KAP *Non-Big Four*.

- Struktur Kepemilikan
Kepemilikan Institusional
Rumus menghitung Kepemilikan Institusional

$$KI = \frac{SI}{SB} \times 100\%$$

2. Analisis Statistik Deskriptif

atau deskripsi tentang suatu data yang dilihat melalui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum range, kurtosis, dan skewness. Skewness mengssukur kemencengan dari data dan kurtosis mengukur puncak dari distribusi data.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Manajemen Laba
- a = Konstanta
- b1,b2,b3 = Koefisien Regresi
- X1 = Asimetri

Informasi

- X2 = Kualitas Audit
- X3 = Struktur Kepemilikan

Menurut Ghozali (2009), Statistik deskriptif memberikan gambaran

$e = \text{Error}$

Karena satuan pada masing-masing variabel berbeda, sehingga di log kan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \log a + \log b_1 X_1 + \log b_2 X_2 + \log b_3 X_3 + e$$

4. Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2017) Koefisien determinasi adalah ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Gunanya untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

5. Uji Hipotesis

- Uji t dan Uji f

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,032	1,507		,021	,984
1 ASIMETRI INFORMASI	-,346	1,656	-,069	-,209	,845
KUALITAS AUDIT	,062	1,277	,015	,048	,964
STRUKTUR KEPEMILIKAN	7,859	3,183	,836	2,469	,069

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

Diketahui Constant (a) sebesar 0,032 sedangkan nilai koefisien regresi Asimetri Informasi -0,346, Kualitas Audit 0,062 dan Struktur Kepemilikan 7,859 sehingga dibuatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_i$$

$$Y = 0,032 + (-0,346)X_1 + 0,062X_2 + 7,859X_3$$

Keterangan :

Nilai konstanta adalah 0,032 artinya jika variabel Asimetri Informasi =0, Kualitas Audit = 0 dan Struktur Kepemilikan = 0, maka Manajemen Laba akan naik sebesar 0,032%.

Nilai koefisien Asimetri Informasi adalah negatif sebesar -0,346 artinya

setiap kenaikan 1% Asimetri Informasi akan menurun Asimetri Informasi sebesar -0,346% dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Nilai koefisien Kualitas Audit adalah positif sebesar 0,062 artinya setiap kenaikan Kualitas Audit 1% akan meningkatkan Kualitas Audit sebesar 0,062% dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Nilai koefisien Struktur Kepemilikan adalah positif sebesar 7,859 artinya setiap kenaikan Struktur Kepemilikan 1% akan meningkatkan Struktur Kepemilikan sebesar 7,859% dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Manajemen Laba

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,812 ^a	,659	,403	1,13840

a. Predictors: (Constant), STRUKTUR KEPEMILIKAN, KUALITAS AUDIT, ASIMETRI INFORMASI

Sumber : Output SPSS 20

Nilai koefisien determinasi variabel Manajemen Laba dipengaruhi oleh variabel terikatnya yaitu Asimetri Informasi (X_1), Kualitas Audit (X_2) dan Struktur Kepemilikan (X_3) sebesar 0,659% atau $KD = r^2 \times 100\%$ maka ($0,812^2 \times 100\% = 65,9\%$). Hal ini menunjukkan bahwa 65,9% merupakan kontribusi variabel Asimetri Informasi,

Uji Hipotesis

- Uji t (Uji Parsial)

Kualitas Audit dan Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 sedangkan sisanya 34,1% ($100\% - 65,9\%$) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel penelitian.

Hasil Perhitungan Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,032	1,507		,021	,984
	ASIMETRI INFORMASI	-,346	1,656	-,069	-,209	,845
	KUALITAS AUDIT	,062	1,277	,015	,048	,964
	STRUKTUR KEPEMILIKAN	7,859	3,183	,836	2,469	,069

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

Sumber : Olahan Data SPSS 20

Dengan tingkat kesalahan 5% (0,05) dengan jumlah data 15 dan jumlah variabel yang digunakan 4, dengan melakukan uji dua arah, maka di dapatkan $t_{tabel} df = n - k$ ($15 - 4 = 11$), sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2,201$ dengan hasil sebagai berikut :

- Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba dari tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk Asimetri Informasi sebesar -0,209 dan nilai t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ $df = n - k$ ($15 - 4 = 11$) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $-0,209 < 2,201$, atau nilai sig $> 0,05$ ($0,845 > 0,05$). Maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi

yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 .

- Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba dari tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk Kualitas Audit sebesar 0,048 dan nilai t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ $df = n - k$ ($15 - 4 = 11$) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,048 < 2,201$, atau nilai sig $> 0,05$ ($0,964 > 0,05$). Maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
- Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Manajemen Laba dari tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung}

untuk Struktur Kepemilikan sebesar 2,469 dan nilai t_{tabel} dengan $\alpha=0,05$ $df = n-k$ ($15-4=11$) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,469 > 2,201$, atau nilai $sig > 0,05$ ($0,069 > 0,05$). Maka H_a diterima dan

H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Struktur kepemilikan Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

• Uji f (Uji Simultan)

Hasil Perhitungan Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,001	3	3,334	2,572	,192 ^b
	Residual	5,184	4	1,296		
	Total	15,185	7			

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

b. Predictors: (Constant), STRUKTUR KEPEMILIKAN, KUALITAS AUDIT, ASIMETRI INFORMASI

Dengan taraf signifikan 5% dan jumlah data (n) 15. Maka didapatkan hasil F_{tabel} adalah $df_1 = k - 1$ ($4-1= 3$) dan $df_2 = n-k$ ($15-4 = 11$), dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah sampel. Sehingga di dapat F_{tabel} sebesar 3,59. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 2,572 dengan nilai signifikan 0,192. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai 0,05. Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diputuskan sebagai berikut :

Dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$ $2,572 < 3,59$ dan nilai signifikan $0,192 > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya secara simultan tidak terdapat Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

Pembahasan

1. Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba

Dari hasil penelitian Asimetri Informasi secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba, ini dibuktikan dengan uji hipotesis Uji t yang tercantum pada tabel menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk Asimetri Informasi sebesar -0,209 dan nilai t_{tabel} dengan $\alpha=0,05$

$df = n-k$ ($15-4=11$) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $-0,209 < 2,201$, atau nilai $sig > 0,05$ ($0,845 > 0,05$). Maka H_a ditolak dan H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang ada yang menyatakan bahwa dengan adanya asimetri informasi yang tinggi maka kesempatan manajemen melakukan praktek manajemen laba juga semakin tinggi. Karena semakin tinggi asimetri informasi yang terjadi antara principal dengan agent, maka semakin besar kemungkinan tindakan praktek manajemen laba yang dilakukan oleh agent didalam perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Arri Wiryadi (2013) yang menyatakan asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hal yang menyebabkan asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan, kemungkinan karena pasar tidak bereaksi terhadap pengumuman laba yang dilakukan oleh perusahaan yang melakukan manajemen laba, karena informasi laba tersebut mencerminkan kinerja perusahaan yang diperkirakan buruk dan perusahaan dinilai negatif.

Hasil penelitian ini bertentangan

dengan penelitian Mayanda (2008) yang menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ni Putu Linda Ayu Utari, Maria M. Ratna Sari (2016) dan Donny Prasetyo (2017) yang menyatakan asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2. Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba

Dari hasil penelitian Kualitas Audit secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba, ini dibuktikan dengan uji hipotesis Uji t yang tercantum pada tabel menunjukkan bahwa nilai thitung untuk Kualitas Audit sebesar 0,048 dan nilai ttabel dengan $\alpha=0,05$ $df = n-k$ ($15-4=11$) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $thitung < ttabel$ atau $0,048 < 2,201$, atau nilai $sig > 0,05$ ($0,964 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

Dari hasil regresi linear berganda dapat diperoleh bahwa kualitas audit berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Dimana, jika nilai kualitas audit rendah maka kemungkinan akan terjadi manajemen laba.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori Ardiati menyatakan audit yang berkualitas tinggi (high-quality audit) bertindak sebagai pencegah manajemen laba yang efektif, karena reputasi manajemen akan hancur dan nilai perusahaan akan turun apabila pelaporan yang salah ini terdeteksi dan terungkap.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dahlan (2009) dan Meutia (2004), Arri Wiryadi (2013), Eka Lestari dan Murtanto (2017), Quenta Ramadila Senja & Annisa Nurbaiti S.E, M.Si (2019) yang menyatakan pengaruh signifikan negatif antara kualitas audit dengan manajemen laba. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Donny Prasetyo (2017) yang menyatakan kualitas audit berpengaruh

signifikan positif terhadap manajemen laba.

3. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Manajemen Laba

Dari hasil penelitian Struktur Kepemilikan (Kepemilikan Intitusional) secara parsial mempunyai pengaruh positif, ini dibuktikan dengan uji hipotesis Uji t yang tercantum pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai thitung untuk Struktur Kepemilikan sebesar 2,469 dan nilai ttabel dengan $\alpha=0,05$ $df = n-k$ ($15-4=11$) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $thitung > ttabel$ atau $2,469 > 2,201$, atau nilai $sig > 0,05$ ($0,069 > 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Struktur kepemilikan Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

Dari hasil regresi linear berganda dapat diperoleh bahwa Struktur Kepemilikan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Dimana, jika nilai Struktur Kepemilikan tinggi maka kemungkinan menurunkan terjadi manajemen laba.

Hasil penelitian sejalan dengan teori Giovanni (2017) Semakin besar tingkat kepemilikan institusional dapat menurunkan tingkat manajemen laba karena pihak institusi terlibat langsung dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. kepemilikan institusional mencegah pihak manajemen untuk melakukan rekayasa laba dengan mengatur pihak manajemen melalui proses monitoring yang efektif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bowo (2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini tidak sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Eliza (2010), Ujiyantho dan Bambang (2007) dan Saffudin (2011) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba. Kepemilikan institusional dalam sebuah perusahaan merupakan pemegang saham mayoritas mereka mampu mengawasi jalannya perusahaan dan bisa membatasi tindakan

opportunistik manajer yang cenderung menguntungkan dirinya sendiri, sehingga manajer tidak bisa dengan leluasa memanipulasi angka labayang dihasilkan perusahaan.

4. Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit dan Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba

Dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara asimetri informasi, kualitas audit, dan struktur kepemilikan terhadap manajemen laba. Dibuktikan dengan uji hipotesis Uji F yang tercantum menunjukkan bahwa dapat diketahui nilai f hitung variabel asimetri informasi, kualitas audit dan struktur kepemilikan diperoleh sebesar 2,572 dan nilai f tabel dengan $\alpha=0,05$ dan $df1 = k - 1$ ($4-1= 3$) dan $df2 = n-k$ ($15-4 = 11$) diperoleh hasil sebesar 3,59 maka $F_{hitung} < F_{tabel}$ $2,572 < 3,59$ dan nilai signifikan $0,192 > 0,05$. Maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya secara simultan tidak terdapat Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan tidak terdapat Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

Penelitian Arri Wiryadi (2013), yang berjudul Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Manajemen Laba. Variabel Asimetri informasi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, Kualitas audit (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dan Kepemilikan institusional (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Semakin besar asimetri informasi yang terjadi maka semakin tinggi kemungkinan terjadinya manajemen laba.

Semakin kualitas audit berkualitas tinggi bertindak sebagai pencegah manajemen laba yang efektif, karena reputasi manajemen akan hancur dan nilai perusahaan akan turun apabila pelaporan yang salah ini terungkap dan terdeteksi. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin tinggi tingkat menurunkan terjadinya manajemen laba. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan setiap perubahan yang terjadi pada asimetri informasi, kualitas audit dan kepemilikan institusional akan mempengaruhi manajemen laba.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, dan Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Asimetri Informasi tidak berpengaruh signifikan Terhadap Manajemen Laba secara parsial Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021, Hal ini dibuktikan dengan Asimetri Informasi sebesar -0,209 dan nilai ttabel dengan $\alpha=0,05$ $df = n-k$ (15-4=11) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $-0,209 < 2,201$, atau nilai $sig > 0,05$ (0,845>0,05). Maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
2. Kualitas Audit tidak berpengaruh signifikan Terhadap Manajemen Laba secara parsial Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021, Hal ini dibuktikan dengan Kualitas Audit sebesar 0,048 dan nilai ttabel dengan $\alpha=0,05$ $df = n-k$ (15-4=11) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,048 < 2,201$, atau nilai $sig > 0,05$ (0,964>0,05). Maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
3. Struktur Kepemilikan (Kepemilikan institusional) berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba secara parsial

Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021, Hal ini dibuktikan dengan Struktur Kepemilikan sebesar 2,469 dan nilai ttabel dengan $\alpha=0,05$ $df = n-k$ (15-4=11) diperoleh hasil sebanyak 2,201 maka, $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,469 > 2,201$, atau nilai $sig > 0,05$ (0,069>0,05). Maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Struktur kepemilikan Terhadap Manajemen Laba Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Asimetri Informasi, Kualitas Audit dan Struktur Kepemilikan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Manajemen Laba secara simultan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021 dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$ 2,572<3,59 dan nilai signifikan 0,192>0,05, maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya secara simultan tidak terdapat Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, N. L. M. W., Endina, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Karma*, 1(3).
- Ardiati, Aloysia Yanti, 2005. *Pengaruh Manajemen Laba terhadap Return Saham terhadap Perusahaan yang*

- Diaudit oleh KAP Big 5 dan KAP Non Big*, Vol. 8 hal 235-249.
- Astari, Anak agung Mas Ratih; dan I Ketut Suryanawa. 2017. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba". *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana Voi.20.1 Juli (2017): 290-319*.
- Asty, A. D., & Herawaty, V. (2017). Pengaruh Struktur Kepemilikan, *Leverage*, *Profitabilitas* Dan Kebijakan Dividen Terhadap Manajemen Laba Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informas*, 17(1), 1–10. <http://dx.doi.org/10.25105/mraai.v17i1.2023>.
- Baviga, Rio.2020. Pengaruh Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang Terdaftar dibursa Efek Indonesia tahun 2015-2020. *Jurnal Profita Vol 2 (2) Desember 2020*.
- Djamil, Nasrullah. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Audit Pada Sektor Publik dan Beberapa Karakteristik untuk Meningkatkan*.
- Eisenhardt, Kathleem. M. (1989). *Agency Theory: An Assesment and Review*. *Academy of management Review*, 14, hal 57-74.
- Eliza, 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Proporsi Dewan Komisaris Independen terhadap Manajemen Laba. *Skripsi SI*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.
- Giovani, M. (2017). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Tata Kelola Perusahaan, Dan karakteristik Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 15(2).
- Giovani, M. (2017). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Tata Kelola Perusahaan, Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, Vol. 16, No. 1, September, hal. 113-129.
- Halim, Abdul. 2005. *Analisis Investasi*, Edisi 2. PT Salemba Emban Patria. Jakarta.
- Lestari, Eka, dan Murtanto. 2017. Pengaruh Efektivitas Dewan Komisaris dan Komite Audit, Struktur Kepemilikan, Kualitas Audit terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*. ISSN 2442- 9708, 17 (2):97-116.
- Mardianto. (2020). Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Bei Tahun 2014-2018. *Journal Of Applied Accounting And Taxation*, 5(2).
- Messier, William F. Jr dan Steven M. Glover dan Douglas F. Prawitt, (2006). *Auditing & Assurance Service A Sistematic Approach*, Buku II, Edisi 4, (Diterjemahkan oleh : Nuri Hinduan), Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Meutia, Inten. (2004), "Pengaruh Independensi Auditor Terhadap Manajemen Laba untuk KAP Big-5 dan Non Big-5". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*.
- Midiastuty, Pranata P., dan Mas'ud Machfoedz. 2003. "Analisis Hubungan Mekanisme *Good Corporate Governance* dan Indikasi Manajemen Laba". *Makalah Simposium Nasional Akuntansi VI*, Surabaya, 16-17 Oktober, 2003, hal: 176-186.
- Moleong, Lexy. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munawir. (2005). *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi keempat. Penerbit Liberty. Yogyakarta.

- Prasetyo, Donny, 2017. PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, KUALITAS AUDIT, DAN ASIMETRI INFORMASI TERHADAP MANAJEMEN LABA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Vol 6, No 1*.
- Rininta, Mayanda. 2008. Pengaruh Asimetris Informasi, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Management* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di PT BEI. Universitas Negri Padang.
- Rudianto, 2012, *Pengantar Akuntansi*, Jakarta, Penerbit Erlangga Adaptasi IFRS.
- Rusmin (2010), “*Auditor Quality and Earnings Management: Singaporean Evidence*”, *Managerial Auditing Journal*, 25(7), 618-638.
- Saffudin, Achmad Zakki. 2011. Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Praktik Manajemen laba dan Konsekuensi Manajemen Laba terhadap Kinerja Keuangan. *Skripsi SI*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sanjaya, I Putu Sugiarta (2008), “Auditor Eksternal, Komite Audit, dan Manajemen Laba”, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. 11(1), 97-116.
- Scott, R. William. 2015. *Financial Accounting Theory. Seventh Edition*. United States : Canada Cataloguing
- Scott, William R, 2009. *Financial Accounting Theory*. Fifth Edition. Canada Prentice Hall.
- Senja, Quenta Ramadila dan Annisa Nurbaiti. 2019. Pengaruh *Good Corporate Governance*, Struktur Kepemilikan, Kualitas Audit dan Audit Tenure Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2017). *e-Proceeding of Management* : Vol.6, No.2 Agustus 2019.
- Sri Sulistyanto. (2008). *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris*. Jakarta: Grasindo.
- Sudana, I. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan 13, Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sulistyanto, Sri. (2014). *Manajemen Laba Teori dan Empiris*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sumarsan, Thomas (2013). *Akuntansi Dasar dan Aplikasi Dalam Bisnis Versi IFRS*. Jakarta. Indeks.
- Susanti, L., & Margareta, S. (2019). Pengaruh Kualitas Audit, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013-2017),. *J. Sains Manaj. Akunt*, 11(1).
- Syafri, Sofyan Harahap, *Teori Akuntansi*, Edisi Revisi8, 2005, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tomas J Sibarani et al. (2015). Analisis pengaruh beban pajak tangguhan, discretionary accruals, dan arus kas operasi terhadap manajemen laba. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*, 2(1):19- 31.
- Ujiyantho, M. Arief dan Bambang Agus Pramuka, 2007, “ Mekanisme Corporate Governance, Manajemen laba dan Kinerja Keuangan”, *Simposium Nasional Akuntansi X*, P.1-26, Makassar
- Ujiyantho, Muh. Arief, dan Bambang Agus Pramuka. 2007. *Mekanisme*

Corporate Governance, Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan. Simposium Nasional Akuntansi X. Unhas. Makasar.

Utari, Ni Putu Linda Ayu ; dan Maria M. Ratna Sari. 2016. Pengaruh Asimetris Informasi, *Leverage*, Kepemilikan Manaejerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 15.3: 1886-1914. ISSN: 2302-8556.

Wiryadi, Arri dan Nurzi Sebrina. 2013. Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Manajemen Laba. WRA. Vol.1 No.2.