

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PESERTA PENSIUN PADA PT. TASPEN (PERSERO)  
KCU MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**MUH. SUHDI  
105720535215**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2019**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PESERTA PENSUN PADA PT. TASPEN (PERSERO)  
KCU MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**MUH. SUHDI  
105720535215**

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana  
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2019**

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan untuk Ayah tercinta (Bohari) dan Ibu tercinta (Ramlia) serta adik-adikku yang saya banggakan (Mahdi dan Ashabul Kahfi), yang selama ini senantiasa memberi doa dan motivasi. Tak lupa saya ucapkan terima kasih buat “Sang Motivator” saya (Alm. Muh. Saleh dan Almh. Te're) yang selalu menjadi motor penggerak awal sampainya saya menginjakkan kaki pertama kali di Universitas Muhammadiyah Makassar. Mereka adalah sosok yang senantiasa membimbing dan memotivasi saya dalam menjalani kehidupan sehari-hari.



Hidup itu tidak boleh sederhana.

Hidup itu harus hebat, luas, kuat, besar dan bermanfaat

Yang sederhana adalah sikapnya



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN**  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pada PT. Taspen (Persero) KCU Makassar

Nama Mahasiswa : Muh. Suhdi  
No Stambuk/NIM : 105720535215  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

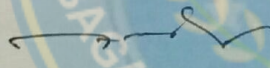
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Jum'at tanggal 30 Agustus 2019..

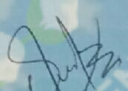
Makassar, 30 Agustus 2019

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Drs. H. Sultan Sarda, MM  
NIDN: 0015075903

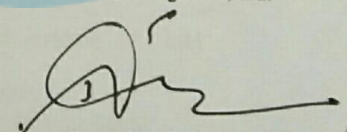
  
Sitti Marhumi, SE, MM  
NIDN: 09011206906

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Program Studi

  
Ismail Rasulong, S.E., MM  
NBM: 903078

  
Muh. Nur Rasyid, S.E., MM  
NBM: 1085576



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN**  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama Muh. Suhdi Nim : 105720535215, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0011/SK-Y/61201/091004/2019 M, Tanggal 29 Dzulhijjah 1440 H/ 30 Agustus 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 29 Dzulhijjah 1440 H  
30 Agustus 2019 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM   
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM   
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM   
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Drs. H. Sultan Sarda, MM   
2. Sri Andyaningsih, SE., MM   
3. Drs. Muhiddin Daweng, M.M   
4. Dr. Andi Mappatempo Badawi, SE., MM 

Disahkan oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, S.E., MM  
NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muh. Suhdi  
Stambuk : 105720535215  
Program Studi : Manajemen  
Dengan Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pada PT. Taspen (Persero) KCU Makassar.

Dengan ini menyatakan bahwa :

***Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.***

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar. Dan telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 30 Agustus 2019.

Makassar, 30 Agustus 2019

Yang membuat Pernyataan,



Muh. Suhdi

Diketahui Oleh :



Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis,

**Ismail Rasulong, S.E., M.M**  
NBM: 903078

Ketua Program Studi,

**Muh. Nur Rasyid, S.E., M.M**  
NBM: 1085576

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena rahmat dan hidayah-Nyalah sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan Akademik yang harus ditempuh dalam rangka penyelesaian Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Adapun judul proposal saya adalah **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pada PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar”**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, hal ini disebabkan karena penulis sebagai manusia biasa yang tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan, baik itu ditinjau dari segi teknis penulisan maupun dari perhitungan-perhitungan. Oleh karena itu, penulis menerima dengan sangat ikhlas dan senang hati segala koreksi serta perbaikan guna penyempurnaan tulisan ini agar kelak dapat bermanfaat.

Skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan Ayahanda dan ibu tercinta, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala limpahan kasih sayang, doa serta pengorbanannya dalam bentuk moril maupun materi dalam menyelesaikan kuliah saya.

Berkat arahan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan

kerendahan hati, kami mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., MM. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Drs. H. Sultan Sarda, MM. Selaku Pembimbing I
5. Ibu Sitti Marhumi. SE., MM. Selaku Pembimbing II
6. Bapak\Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Program Studi Manajemen Angkatan 2015 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuan dan dorongannya dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan proposal ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan dari semua pihak yang berkompeten yang sifatnya konstruktif. Mudah-



mudahan skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar. Amin Ya Rabbal Alamin.

*Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Makassar, 15 Juli 2019

Penulis



## ABSTRAK

**Muh. Suhdi**, 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pada PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I H. Sultan Sarda dan Pembimbing II Sitti Marhumi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT.TASPEN (Persero) KCU Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan bantuan sistem komputer (SPSS versi 20). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 46 orang responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar dilihat dari nilai dan koefisien determinan yang ditunjukkan oleh *adjusted R square* yaitu sebesar 0,567 menunjukkan bahwa 56,7%, artinya, sebesar 56,7% kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. (Persero) Kcu Makassar sedangkan sebesar 43,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan*

## **ABSTRACT**

**Muh. Suhdi**, 2019. *The influence of service quality on retirement satisfaction at PT. Taspen (Persero) Makassar's Main Branch Office, Management Study Thesis faculty economics and business at the Muhammadiyah university of Makassar. Supervired by I Sultan Sarda and I Sitti Marhumi guide.*

*This study aims to determine the effect of service quality on retirement participant satisfaction at PT. Taspen (Persero) the main branch office of makassar. The type of research used in this study was quantitative descriptive with the help of a computer system (Versi 22 SPSS). The number of samples used in this study were 46 respondents.*

*Based on the results of the research that has been carried out it is known that there is a positive and significant influence between the quality of service to the satisfaction of participants retiring at PT. Taspen (Persero) Makassar's main branch office is seen from the determinant coefficient and value shown by adjusted R square which is equal to 0.567 indicating 56.7%. It means that 56.7% of service quality has a significant possutive effect on retirement participant satisfaction at PT. Taspen (Persero) Makassar's main branch office, while 43.3% is explained by other factors not examined on this study.*

**Key Word** : Service Quality, Participant satisfaction.

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>SAMPUL</b> .....                    | i    |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....             | ii   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....       | iii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....            | v    |
| <b>ABSTRAK BAHASA INDONESIA</b> .....  | viii |
| <b>ABSTRACT</b> .....                  | ix   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                | x    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....              | xii  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....             | xiii |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....           | xiv  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....         | 1    |
| A. Latar Belakang .....                | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....               | 4    |
| C. Tujuan Penelitian .....             | 4    |
| D. Manfaat .....                       | 4    |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....   | 5    |
| A. Tinjauan Teori .....                | 5    |
| B. Tinjauan Empiris .....              | 22   |
| C. Kerangka Konsep .....               | 26   |
| D. Hipotesis .....                     | 26   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> ..... | 27   |
| A. Jenis Penelitian .....              | 27   |

|   |           |
|---|-----------|
| B. Lokasi dan Waktu penelitian .....                | 27        |
| C. Definisi Operasional Variabel .....              | 27        |
| D. Populasi dan Sampel .....                        | 28        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                    | 29        |
| F. Teknik Analisis .....                            | 30        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>33</b> |
| A. Gambaran umum Objek Penelitian .....             | 33        |
| B. Deskripsi Data Atas Variable Penelitian .....    | 41        |
| C. Penyajian Data (Hasil Penelitian) .....          | 43        |
| D. Analisis dan interpretasi (Pembahasan) .....     | 56        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                          | <b>58</b> |
| A. Kesimpulan .....                                 | 58        |
| B. Saran .....                                      | 58        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                         | <b>60</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                              |           |

## DAFTAR TABEL

| Nomor      | Judul   | Halaman |
|------------|---|---------|
| Tabel 2.1  | Hasil Penelitian Terdahulu                              | 22      |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin       | 41      |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia                | 42      |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 42      |
| Tabel 4.4  | Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X)                 | 44      |
| Tabel 4.5  | Deskripsi Variabel Kepuasan (Y)                         | 47      |
| Tabel 4.6  | Uji Frekuensi pertanyaan (X)                            | 49      |
| Tabel 4.7  | Uji Frekuensi pertanyaan (Y)                            | 50      |
| Tabel 4.8  | Uji Validitas   | 52      |
| Tabel 4.9  | Uji Realibilitas  | 53      |
| Tabel 4.10 | Uji Determinasi   | 54      |
| Tabel 4.11 | Uji t   | 55      |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor      | Judul               | Halaman |
|------------|---------------------|---------|
| Gambar 2.1 | Kerangka Konsep     | 26      |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi | 38      |



## DAFTAR LAMPIRAN

Nama Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Data Kuesioner
3. Uji Distribusi Jawaban Responden
4. Uji Validitas
5. Uji Reliabilitas
6. Uji Regresi Linier Berganda
7. Uji Parsial T (Uji-t)
8. Tabel r
9. T Tabel
10. Surat Izin Penelitian
11. Surat Balasan Penelitian
12. Biografi Penulis





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional atau global. Produk apapun yang dihasilkan tidak terlepas dari unsur layanan, baik itu jasa sebagai produk inti, maupun sebagai produk pelengkap. Oleh karena itu, perhatian terhadap kepuasan pelanggan semakin besar dan ditingkatkan lagi untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.

Kepuasan konsumen merupakan sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli (*Kotler dalam Sangadji dan Sopiah, 2013:181*). Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Oleh karena itu, hampir setiap perusahaan saat ini menyadari penting arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi lima dimensi kualitas jasa yang disebut RATER sehingga dapat menciptakan peserta pelanggan yang loyal, yaitu *reability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*. (*Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah, 2013:100*).

Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik ialah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pelanggan. (*Tjiptono dalam Sungadji Sopiah, 2013:100*) menjelaskan apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas jasa yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Program Tabungan Hari Tua merupakan program asuransi bagi aparatur sipil negara, karyawan BUMN/BUMD yang terdaftar dan pejabat negara, yang terdiri dari asuransi dwiguna yang dikaitkan dengan usia pensiun ditambah dengan asuransi kematian. Kepesertaan Program Tabungan Hari Tua dimulai sejak yang bersangkutan diangkat sebagai pegawai atau pejabat negara hingga masa tugasnya selesai.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 79/PMK.010/2011 tentang Kesehatan Keuangan Badan Penyelenggara Program Tabungan Hari Tua Pegawai Negeri Sipil sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 55/PMK.010/2012 dan perubahan terakhir dengan nomor 04/PMK.02/2014 tentang Kesehatan Keuangan Badan Penyelenggara Program Tabungan Hari Tua, TASPEN telah mengalihkan penyelenggaraan Program Tabungan Hari Tua / THT Multiguna / THT

Ekaguna untuk Badan Usaha Milik Negara kepada PT Asuransi Jiwa TASPEN.

Tahun 2014, Perseroan mengalihkan penyelenggaraan kepesertaan 11 BUMN program Tabungan Hari Tua (THT)/THT Multiguna/THT Ekaguna kepada PT Asuransi Jiwa Taspen berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 55/PMK.010/2012 dan perubahan Nomor 04/PMK.02/2014 tentang Kesehatan Keuangan Badan Penyelenggara Program Tabungan Hari Tua Pegawai Negeri Sipil. Pengalihan tersebut sebagai upaya memfokuskan diri sebagai perusahaan yang melayani jaminan sosial bagi Aparatur Sipil Negara berdasarkan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara.

Dengan pengalaman yang sudah dibuktikan dengan berbagai penghargaan, perseroan kembali menerima amanat untuk meningkatkan kesejahteraan Aparatur Sipil Negara dan Pejabat Negara melalui Program Jaminan Kecelakaan Kerja dan Program Jaminan Kematian berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 70 Tahun 2015.

Kini, TASPEN terus berupaya meningkatkan layanan bagi Aparatur Sipil Negara melalui berbagai macam inovasi, mulai dari *digital-based service*, layanan klaim otomatis, layanan kunjungan nasabah hingga layanan klaim satu jam yang telah memperoleh sertifikasi ISO 9001:2008. Hal ini merupakan komitmen perseroan untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna tercapainya kesejahteraan Aparatur Sipil Negara yang berkelanjutan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pada PT. TASPEN (Persero) KCU Makassar***”

## B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang penelitian, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. TASPEN (Persero) KCU Makassar.

## C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT.TASPEN (Persero) KCU Makassar.

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, yaitu berupa teori pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT.TASPEN (Persero) KCU Makassar.

### 2. Manfaat Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan masukan yang berkaitan dengan pengembangan ilmu serta dapat digunakan sebagai bahan penelitian lanjutan ataupun sebagai bahan perbandingan bagi penelitian dimasa mendatang.

### 3. Manfaat Praktis

Sebagai bahan informasi bagi *stakeholders* yang berkaitan langsung maupun tidak langsung, khususnya yang menyangkut kualitas layanan di PT. TASPEN (Persero) KCU Makassar.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Teori

##### 1. Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (SDM) suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Manajemen sumber daya manusia juga menyangkut sistem perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan karir, evaluasi kinerja, dan hubungan ketenagakerjaan yang baik.

Menurut *Melayu SP. Hasibuan* MSDM merupakan ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Dengan definisi ahli tersebut menunjukkan demikian pentingnya manajemen sumber daya manusia didalam mencapai tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Manajemen sumber daya manusia memiliki posisi yang sangat strategis, karna ialah yang mengelola sumber daya yang lain.

Peran sumber daya manusia telah tumbuh dan lebih strategis disebabkan penggunaan orang dalam sebuah organisasi dapat menyediakan keunggulan kompetitif, baik domestik maupun internasional. Peran strategi sumber daya manusia menekankan bahwa orang-orang di organisasi adalah sumber daya yang penting dan juga investasi perusahaan besar. Supaya sumber daya manusia dapat menaikkan peran strategis, ia harus fokus pada masalah-masalah dan implikasi sumber daya manusia

jangka panjang. Peran strategis SDM dalam organisasi bisnis dapat di elaborasi dari segi teori sumber daya, dimana fungsi perusahaan adalah mengerahkan seluruh sumber daya atau kemampuan internal untuk menghadapi kepentingan pasar sebagai faktor eksternal utama.

Adapun fungsi peran strategi sumber daya manusia dan didalam praktek manajemen dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Manajemen Strategi SDM (Management of strategic human resource)

Strategi adalah sebuah jalan dari adanya kegiatan. Strategi merupakan perencanaan jangka panjang perusahaan agar terjaga keseimbangan antara kelemahan internal dengan ancaman serta peluang eksternal untuk memelihara dan menciptakan keunggulan kompetitif. Manajemen strategi Sumber Daya Manusia Berintikan beberapa hal antara lain,; meningkatkan manajemen sumber daya manusia dengan tujuan dan sasaran strategi agar mampu memperbaiki kinerja bisnis dan mengembangkan budaya organisasi yang dapat membantu mempercepat inovasi dan fleksibilitas, memformulasikan dan mengeksekusi system sumber daya manusia yaitu aktivitas dan kebijakan sumberdaya manusia yang menghasilkan perilaku dan kompetensi yang dibutuhkan perusahaan untuk mencapai tujuan strategi tersebut. Setrta memiliki pola penyebaran sumber daya manusia dan aktivitas yang berkempampuan dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

b. Manajemen transformasi dan perubahan (*Management of transformation and change*)

Tiga jalan perubahan sumber daya manusia diantaranya adalah membangun modal manusia (*human capital*), mengembangkan

manajemen sumber daya manusia global (*intentional human resources management*), dan menggunakan teknologi informasi (*The using of information technology*)

Kemampuan SDM merupakan *Competitive advantage* dari perusahaan. Dari segi sumber daya strategi bisnis adalah mendapatkan *added value* yang maksimum yang dapat mengoptimalkan *competitive advantage*.

## 2. Kualitas Layanan

Kualitas berasal dari bahasa latin "QUALIS" yang berarti "seperti sesungguhnya benda itu". Menurut ISO (*International Organization for Standardization*) 8402, kualitas adalah "totalitas karakteristik kesatuan yang berkaitan dengan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang disampaikan". Karakteristik yang dimaksudkan diatas adalah performansi, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika, dan pelayanan, dan mudah dioperasikan dan direparasi. Defenisi di atas mempertahankan mutu dari segi nilai kualitatif dan kuantitatif. Singkatnya, mutu suatu barang atau jasa yang diberi konsumen berhubungan dengan kepuasan konsumen menggunakan barang bersangkutan. Bila konsumen puas, mutunya baik, tetapi tidak puas berarti mutu nya jelek. Kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan primer atau sekunder konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Kualitas pelayanan dibentuk oleh dua kata, yaitu kualitas dan pelayanan. Menurut *Tjiptono* (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai

“kondisi dinamis yang terhubung dengan produk, jasa, sumber daya manusia, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antar produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Pelayanan menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) adalah “sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain”.

Menurut *Tjiptono* (2010) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Kualitas pada dasarnya merupakan kata yang menyandang arti relatif karna bersifat abstrak, kualitas dapat digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat penyesuaian suatu hal terhadap persyaratan atau spesifikasinya.

Kualitas menurut (*fandy Tjiptono* 2004:2) adalah:

- a. Kesesuaian dengan persyaratans/tuntutan
- b. Kecocokan pemakian
- c. Perbaikan atau penyempurnaan keberlanjutan
- d. Bebas dari kerusakan
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat
- f. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan



Menurut *Sinambela* (2010:6) kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of coetumers*).

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan.

*Parasuraman et al.* Dalam mukarom dan laksana (2016) faktor-faktor menentukan kualitas pelayanan adalah SERVQUAL (*Service Quality*), pendekatan berdasarkan perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi konsumen atas layanan nyata yang mereka terima dan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Model ini memiliki lima dimensi yaitu:

- a. *Tangible* (bukti langsung), yaitu penampilan atau fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan alat-alat komunikasi.
- b. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat.
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap), kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan dengan cepat.
- d. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan kesopansantunan para pegawai dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan kerahasiaan.
- e. *Emphathy* (peduli), yaitu kepedulian dan perhatian individual yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.

Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting agar dapat menghadapi persaingan yang sangat ketat dan semakin eksis di era globalisasi. Banyak faktor yang harus di pertimbangkan dalam meningkatkan

kualitas pelayanan karna hal ini berdampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap organisasi secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai riset yang telah dilakukan, Gronroos (1990) mengemukakan enam kriteria kualitas jasa yang dipesepekan baik:

- a. *Professionalisme and Skills*. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (*outcome-related criteria*).
- b. *Attitudes and Behavior*. Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*customer contact personnel*) menaruh perhatian besar pada mereka yang berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah (*procces-related criteria*).
- c. *Accessibility and Flexibility*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan, dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah (*procces-related criteria*).
- d. *Reliability and Trustworthiness*. Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan (*procces-related criteria*).
- e. *Recovery*. Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak dapat diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk

mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat (*process-related criteria*).

- f. *Reputation and Credibility*. Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai/imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan (*image-related criteria*).

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai ada beberapa yang memiliki persamaan walaupun hanya cara penyampainnya saja biasa terdapat pada elemen sebagai berikut :

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan;
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan;
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Intinya adalah perbaikan mutu atau kualitas terus menerus, yang dalam manajemen Jepang dikenal sebagai KAIZEN yang berarti *unending improment*, yaitu perbaikan secara continue dalam segala kegiatan perusahaan, sehingga muncul kualitas yang makin lama semakin baik harus dapat dirasakan oleh pelanggan. Perbaikan kualitas ini harus pula dipahami oleh seluruh personil perusahaan, agar mereka tampil dengan kinerja yang prima dan gandrung pada *high quality*.

Dalam hal pendekatan untuk perbaikan kualitas layanan, secara umum perbaikan dalam desain layanan dan pengiriman membantu mencapai tingkat yang lebih tinggi dari kualitas dalam desain produk layanan dan fasilitas layanan. Misalnya, dalam desain layanan, perubahan dapat dibawa dalam proses pemberian layanan, lingkungan dimana pelayanan berlangsung dan perbaikan dalam proses interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan.

Selanjutnya dalam rangka untuk memastikan dan meningkatkan kesesuaian kualitas dari layanan yaitu dengan memberikan metode-metode diantaranya penjaminan, pemulihan, menetapkan standar dan pengukuran, pengendalian proses statistik dan keterlibatan pelanggan.

Adapun cara dalam mengukur kualitas pelayanan antara lain :

a. Mendapatkan umpan balik dari pelanggan

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan *feedback* dari pelanggan, diantaranya seperti mengadakan survey kepada pelanggan dan *follow up* kepada pelanggan setelah memberikan pelayanan, cara ini dapat dilakukan melalui email. Cara lainnya adalah uji coba produk kepada pelanggan, aktif di sosial media, memberikan diskon atau benefit lain kepada pelanggan atas penghargaan masukan yang telah diberikan, serta memanfaatkan teknologi untuk memantau perkembangan usaha melalui website, google, dan lain sebagainya.

b. Melakukan evaluasi perusahaan

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk melakukan evaluasi diantaranya adalah melakukan survei dengan cara berfokus pada hal-hal yang paling penting untuk diketahui. Survei dapat dilakukan untuk mengetahui rasa empati atau kepedulian keadaan pelanggan, mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan terakit kendala dan cepat tanggap, serta mengetahui pelayanan dan kualitas produk berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung seperti fungsi produk, tingkat kebersihan, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

c. Memperbaiki pelayanan perusahaan

Memperbaiki kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara memberikan standar pelayanan perusahaan yang jelas kepada karyawan, melatih karyawan agar menjadi seseorang yang bertanggung jawab, ceptat tanggap, dan memiliki etos kerja yang tinggi. Jika memungkinkan dapat dengan memberikan bonus kepada karyawan yang berprestasi. Selain itu memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menyampaikan masukannya adalah hal yang perlu untuk dilakukan. Namun akan lebih baik apabila semua usaha perbaikan kualitas perusahaan ini agar dilakukan secara berkelanjutan.

3. Kepuasan

a. Pengertian kepuasan

Terdapat macam-macam pengertian atau batasan tentang kepuasan kerja. Pertama, pengertian yang memandang kepuasan kerja sebagai suatu reaksi emosional yang kompleks. Reaksi emosional ini merupakan akibat dari dorongan, keinginan, tuntutan dan harapan-harapan karyawan terhadap pekerjaan yang dihubungkan dengan realitas yang dirasakan karyawan, sehingga menimbulkan suatu bentuk reaksi emosional yang berwujud perasaan senang, perasaan puas, ataupun perasaan ketidakpuasan.

Kedua, pengertian yang menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah suatu sikap karyawan terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan situasi kerja, kerjasama antar karyawan,

imbangan yang diterima dalam kerja, dan hal-hal yang menyangkut faktor fisik dan psikologis.

Istilah “kepuasan” merujuk pada sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi menunjukkan sikap yang positif terhadap kerja. Pada dasarnya kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individu. Setiap individu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai-nilai yang berlaku pada dirinya. Ini disebabkan karena adanya perbedaan pada masing-masing individu. Semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu tersebut, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakannya. Sebaliknya, semakin sedikit aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu, maka semakin rendah tingkat kepuasan yang dirasakannya. Indikator kepuasan pelanggan menurut *Hawkins* dan *Lonney* dikutip dalam *Tjiptono* (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi
  - a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
  - b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi
- a) Berminat untuk berkunjung kembali karna pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
  - b) Berminat untuk berkunjung kembali karna nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk
  - c) Berminat untuk berkunjung kembali karna fasilitas penunjang yang disediakan memadai
3. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi
- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karna pelayanan yang memuaskan
  - b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karna fasilitas penunjang yang disediakan memadai
  - c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karna nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa

Dari perkembangan terakhir, kepuasan menjadi sesuatu yang dianggap mapan sehingga diyakini adanya kaitan antara satu kondisi terhadap kondisi lainnya. Pola hubungan ini positif dan

sampai juga kepada simpulan bahwa tingkat konsumen yang berbeda akan mempunyai perilaku yang berbeda pula., misalnya dalam hal mencari informasi dan dorongannya terhadap bertindak. Sementara hal yang agak rumit dibedakan adalah konsep loyalitas dan komitmen yang muncul dalam kondisi kepuasan.

Dari sisi perusahaan ada dua hal penting yang mengharuskan mereka peduli terhadap kepuasan pelanggan yaitu, memberikan pemahaman tentang bagaimana konsumen mendefinisikan kualitas barang dan jasa, dan fasilitas yang disediakan perusahaan sehingga dapat tercapai kepuasan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja

a) Faktor psikologis

Merupakan faktor yang berhubungan dengan kejiwaan karyawan, yang meliputi minat, ketentraman dalam kerja, sikap terhadap kerja, bakat, dan keterampilan.

b) Faktor sosial

Merupakan faktor yang berhubungan dengan interaksi sosial antar karyawan maupun karyawan dengan atasan.

c) Faktor fisik

Merupakan faktor yang berhubungan dengan kondisi fisik karyawan, meliputi jenis pekerjaan, pengaturan waktu dan waktu istirahat, perlengkapan kerja, keadaan ruangan, suhu, penerangan, pertukaran udara, kondisi kesehatan karyawan, umur, dan sebagainya.



d) Faktor finansial

Merupakan faktor yang berhubungan dengan jaminan serta kesejahteraan karyawan, yang meliputi sistem dan besarnya gaji, jaminan sosial, macam-macam tunjangan, fasilitas yang diberikan, promosi dan sebagainya.

c. Prinsip kepuasan

Menurut Handi Irawan (2007), ada sepuluh prinsip kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan untuk merebut hati mereka agar dapat memenangkan persaingan, yaitu:

- a) Memulai dengan percaya akan pentingnya kepuasan pelanggan, menanam kepuasan menuai laba
- b) Memilih pelanggan dengan benar untuk membangun kepuasan pelanggan, Pilihlah pelanggan anda baru kemudian dipuaskan
- c) Memahami harapan pelanggan, mengontrol harapan dan menggali harapan pelanggan adalah kunci
- d) Mencari faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan: Faktor-faktor pendorong, kepuasan dimulai dari pabrik, dimensi kualitas produk, dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsitivenes, assurance, dan emphaty*)
- e) Faktor emosional (*estetika, self expressive value* dan *brand personality*) adalah faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan
- f) Pelanggan yang komplain (kepuasan melalui komplain, menangani keluhan dengan sistem, efektivitas penanganan komplain) adalah pelanggan yang loyal

- g) Garansi kepada pelanggan adalah lompatan yang besar dalam kepuasan konsumen atau pelanggan
- h) Mendengarkan suara pelanggan melalui pengukuran kepuasan pelanggan (*top two boxes, performance importance, servqual*), memanfaatkan hasil riset kepuasan pelanggan dan *performance importance mapping*
- i) Peran karyawan (*empowerman* dan *teamwork*) sangat penting dalam upaya memuaskan konsumen atau pelanggan
- j) Kepemimpinan (peran pemimpin dalam kepuasan pelanggan, kultivasi kepemimpinan untuk kepuasan pelanggan) adalah teladan dalam kepuasan pelanggan

d. Konsep kepuasan Pelanggan dari Perspektif TQM

*Total Quality Management* (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan bisnis yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara berkesinambungan atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya. Sistem manajemen TQM berlandaskan pada usaha mengangkat mutu sebagai suatu strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dan melibatkan seluruh anggota organisasi. Karakteristik utama TQM yang dikemukakan oleh *Goetsch* dan *Davis* (1994) antara lain :

- a) Fokus pada pelanggan, baik internal maupun eksternal
- b) Memiliki obsesi yang tinggi terhadap kualitas
- c) Menggunakan pendekatan ilmiah dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah

- d) Memiliki komitmen jangka panjang
- e) Memiliki kerja sama tim
- f) Memperbaiki proses secara berkesinambungan
- g) Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan
- h) Memberikan kebebasan yang terkendali
- i) Memiliki kesatuan tujuan
- j) Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan

Sebenarnya ada apa dengan kepuasan pelanggan, mengapa kita harus begitu bekerja keras untuk kepuasan pelanggan?

Jawabannya bukan karena kita ingin membuat pelanggan kita bahagia, tetapi lebih kepada esensinya yaitu kita ingin mereka kembali dan menghabiskan uang mereka untuk menggunakan/mengonsumsi barang dan jasa yang kita hasilkan, menurut Irawan (2000 : 15) apabila pelanggan puas maka kita akan menghadapi suatu kondisi dimana pelanggan akan :

- a) Membeli dan terus membeli barang atau jasa yang dihasilkan.
- b) Membeli atau mengonsumsi item-item tambahan (*additional feature*).
- c) Memberikan proporsi yang besar dari pembelajaan yang mereka keluarkan.
- d) Memudahkan setiap aktifitas yang berhubungan dengan kita.
- e) Menyebarkan reputasi perusahaan kepada calon pelanggan yang baru.
- f) Sedikit agak lebih cuek terhadap harga, *price is not the greatest motivator*, hasil penelitian menunjukkan bahwa 68 % pelanggan

yang lari bukan karena harga atau kualitas produk tetapi karena pelayanan yang jelek.

- g) Pelanggan puas akan mempengaruhi moral karyawan, mereka akan menjadi lebih asertif dalam setiap tindakan yang mereka lakukan.

Tinjauan tentang kepuasan pelanggan ini dalam berbagai literatur terbagi menjadi dua kutub :

- a) Kepuasan Pelanggan sebagai proses

Deskripsi tentang kepuasan pelanggan yang banyak digunakan saat ini adalah deskripsi kepuasan pelanggan sebagai suatu proses, yaitu suatu evaluasi barang / jasa yang diterima / jasa yang dirasakan / dirasakan dengan apa yang diharapkan, *Tse dan Wilton*, (1988, dalam *Parker dan Mathews*, 2001:38). Deskripsi ini muncul dari teori *discrepancy* namun dalam perkembangannya juga dipengaruhi oleh teori *contrast* dimana pelanggan akan menggabungkan setiap perbedaan antara harapan dan evaluasi produk (*Martin*, 1999; 324-328). Selanjutnya mereka juga mengupas lebih lanjut mengenai teori yang mendasari kepuasan pelanggan dan perkembangannya, antara lain paradigma “*expectation-disconfirmation*”, “*value-perpect disparty theory*” dan *aquity theory*. *Disconfirmation* positif menghasilkan peningkatan kepuasan, sedangkan *disconfirmation* negatif menghasilkan efek yang sebaliknya. Dalam kesimpulan ini menyatakan bahwa jika berdasarkan teori–teori diatas maka

kepuasan merupakan suatu hasil dari perbandingan secara interpersonal daripada perbandingan intra-personal.

b) Kepuasan Sebagai Hasil

Perkembangan terakhir menunjukkan adanya pembaharuan terhadap perhatian yang memusatkan pada sifat dari kepuasan itu sendiri. Beberapa sifat yang mendasari kepuasan tersebut meliputi: emosi (*emotion*), pemenuhan kebutuhan (*fulfilment*), kondisi (*state*).

Dari sudut pandang emosi *oliver*, (1981, dalam *Parker* dan *mathews*, 2001:39) mengatakan bahwa kepuasan dipandang sebagai unsur yang mengandung kejutan yang berasal dari pengalaman memiliki atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

Dari sudut pandang teori pemenuhan kebutuhan atau teori perilaku yang mengacu kepada teori *Maslow*, kepuasan dapat dipandang sebagai titik akhir dari proses motivasi, dimana perilaku seseorang diarahkan kepada pencapaian prestasi atau tujuan yang relevan. Dengan demikian “kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai respon terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan” (*Rust* dan *Oliver*, 1994 dalam *Parker* dan *Mathews*, 2001:39).

Dari sudut pandang kepuasan sebagai suatu kondisi (*state*), empat kondisi akan diperoleh sehubungan dengan kepuasan yang terkait dengan pembangkitan rasa (*arousal*) puas dan

penguatan rasa puas (*reinforcement*), *Oliver*, (1989 dalam *Parker* dan *Mathews*, 2001:39). Derajat yang paling rendah dalam pembangkitan rasa puas dikategorikan sebagai “*satisfaction-as-contentment*” (kepuasan sekedar rasa puas hati) sebagai hasil dari mendapatkan produk/Jasa secara tepat, sehingga kategori ini dipandang sebagai perasaan yang pasif, (*Rust* dan *Oliver*, 1994 dalam *Parker* dan *Mathews*, 2001:39).

Adapun derajat kepuasan yang lebih tinggi dinamakan “*satisfaction-as-surprise*” atau kepuasan sebagai perasaan yang mengejutkan, yang dapat bersifat positif (menggembirakan) atau bersifat negatif (mengejutkan).

## B. Tinjauan Empiris

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti (Tahun)                            | Judul  | Metode Penelitian              | Hasil Penelitian  |
|----|--|--|--------------------------------|---|
| 1  | Benny Osta Nababan, Tanisa Adra Oktaviani (2018) | Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. TASPEN (PERSERO) cabang Depok | Menggunakan metode kuantitatif | Probabilitas kesalahan (sig) dari tiap-tiap indikator semuanya dibawah 0,05 oleh karna itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner dalam penelitian ini adalah valid |

|   |  |  |                                      |  |
|---|--|--|--------------------------------------|--|
| 2 | Dwi Aryani,<br>Febrina<br>rosinta<br>(2010)                        | Pengaruh<br>kualitas<br>layanan<br>terhadap<br>kepuasan<br>pelanggan<br>dalam<br>membentuk<br>loyalitas<br>pelanggan | Menggunakan<br>metode<br>kuantitatif | Hasil penelitian<br>menunjukkan bahwa<br>kelima dimensi<br>pembentuk kualitas<br>layanan terbukti<br>berpengaruh secara<br>signifikan terhadap<br>kualitas layanan   |
| 3 | Ni Made<br>Arie<br>Sulistyawati,<br>Ni Ketut<br>Seminari<br>(2015) | Pengaruh<br>kualitas<br>pelayanan<br>terhadap<br>kepuasan<br>pelanggan<br>restoran<br>INDUS<br>UBUD<br>Gianyar       | Menggunakan<br>metode<br>kuantitatif | Berdasarkan hasil<br>penelitian yang<br>diuraikan maka dapat<br>diketahui bahwa variabel<br>bukti fisik, keandalan,<br>daya tanggap, jaminan<br>dan empati berpengaruh<br>terhadap kepuasan<br>pelanggan pada<br>arestoran indus ubud<br>dan juga dapat diketahui<br>bahwa variabel<br>perbedaan gender<br>berpengaruh terhadap<br>kepuasan pelanggan<br>pada restoran ubud<br>Gianyar |
| 4 | Januar<br>Efendi<br>Panjaitan,<br>Ai Lili Yuliati<br>(2016)        | Pengaruh<br>kualitas<br>pelayanan<br>terhadap<br>kepuasan<br>pelanggan   | Menggunakan<br>metode<br>kuantitatif | Diketahui variabel<br>keandalan, jaminan,<br>bukti fisik, dan daya<br>tanggap secara parsial<br>tidak berpengaruh<br>signifikan terhadap   |

|   |  |   |                                |  |
|---|--|---|--------------------------------|--|
|   |  | pada JNE cabang bandung   |                                | kepuasan pelanggan JNE cabang bandung, sedangkan variabel empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang bandung  |
| 5 | Dea Daulika, Heppy Millanyani (2015)             | Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Aston Primera Pasteur Bandung | Menggunakan metode kuantitatif | Secara parsial, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Aston Primera Pasteur menunjukkan bahwa variabel tangibles, assurance, dan empathy berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel reliability dan responsiveness tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen |
| 6 | Ida Ayu Inten Surya Utami dan Imade Jatra (2016) | Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur                     | Metode kuantitatif             | Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan hasil uji F, variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan  |

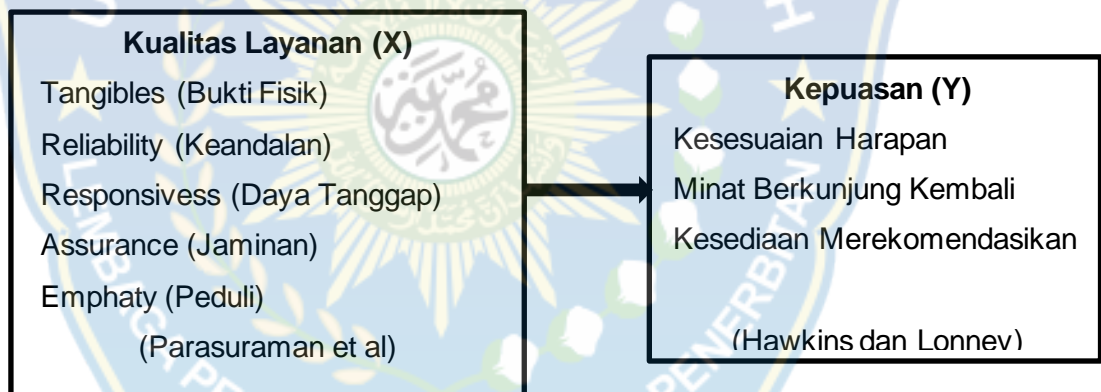


|   |   |  |                    |  |
|---|---|--|--------------------|--|
|   |   |  |                    | Restoran Baruna Sanur. Kesimpulan dari penelitian ini variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur. Hasil uji Man and Whitney terdapat perbedaan antara pelanggan laki-laki dengan pelanggan perempuan terhadap penyampaian kepuasan di Restoran Baruna Sanur. |
| 7 | Ludviyatus Soleha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo (2018) | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi | Metode Kuantitatif | Hasil analisis efektivitas garis regresi (R <sup>2</sup> ) sebesar 79%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi sebesar 79%. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa   |

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  | <p>kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.</p> |
|--|--|--|--|---|

### C. Kerangka Konsep

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, secara skematis model kerangka pemikiran/konsep dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

### Kerangka Konsep

### D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini diduga kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT.Taspen (Persero) Kcu Makassar.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif ini digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan PT. TASPEN (PERSERO) KCU Makassar selama ini, yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pesertanya

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, lokasi penelitian yaitu PT. TASPEN (PERSERO) KCU Makassar Jl. Botolempangan No. 27, Saweregading, Ujung Pandang, Kota Makassar.

##### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu pada bulan mei-juni 2019.

#### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional merupakan batasan-batasan yang digunakan untuk menghindari intepretasi yang berbeda terhadap variabel yang diteliti. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. *Tangible* (bukti langsung), yaitu penampilan atau fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan alat-alat komunikasi.

- b. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat.
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap), kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan dengan cepat.
- d. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan kesopansantunan para pegawai dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan kerahasiaan.
- e. *Emphathy* (Peduli), yaitu kepedulian dan perhatian individual yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2017).

Populasi adalah Keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta pensiun pada PT. TASPEN (PERSERO) KCU Makassar selama bulan Mei tahun 2019 yang berjumlah 85.018 responden.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ( Sugiyono,2017). Penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi

harus betul-betul *representative* (mewakili). Penyusunan sampel dikemukakan oleh Slovin dalam Husain (2003) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{85.018}{1+85,018 (0,10^2)}$$

$$= \frac{85.018}{1+85,018 (0,01)}$$

$$= \frac{85,018}{851,18}$$

$$= 99,882 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi yaitu jumlah peserta pensiun

e = Nilai Kepuasan

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Penelitian lapangan (field research).

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung diperusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dengan secara :

- a. Observasi (pengamatan langsung), yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

- b. Wawancara, merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.
  - c. Kuisisioner, merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrument atau alat pengumpulan datanya disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden.
2. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai pembandingan dengan data penelitian yang diperoleh. Data tersebut dapat diperoleh dari literature, catatan kuliah, buku-buku serta tulisan lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **F. Teknik Analisis**

Untuk menjawab masalah pokok serta membuktikan hipotesis telah dikemukakan sebelumnya, Maka digunakan metode analisis sebagai berikut:

Untuk menjawab masalah pokok serta membuktikan hipotesis telah dikemukakan sebelumnya, maka digunakan metode analisis sebagai berikut :

1. Uji instrument penelitian
  - a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan

diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *correlated item*. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Berikut adalah kriteria pengujian validitas:

- 1) Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir pertanyaan tersebut valid pada signifikan 0,05 (5%).
- 2) Jika  $r$  hitung negatif dan  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
- 3)  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom *correlate item total correlation*.

b. Uji reliabilitas

Menurut Ghazali (2013:47) realibilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indicator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika jawaban terhadap semua indicator ini acak, maka dapat dikatakan tidak reliable.

## 2. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis linier sederhana digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent (Variabel Y) nilai variabel dependent berdasarkan nilai independent (Variabel X) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan

variabel bebas. Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui perubahan pengaruh yang akan terjadi berdasarkan pengaruh yang ada pada waktu sebelumnya. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna layanan pada PT. TASPEN (PERSERO) KCU Makassar dilakukan dengan rumus regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Kepuasan

a = Konstanta

b = Koefisien Variabel

X = Kualitas Layanan





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar

Pembentukan program tabungan hari tua pegawai negeri di tetapkan dalam peraturan pemerintah No. 9 tahun 1963 tentang pembelanjaan pegawai negeri dan peraturan pemerintah No. 10 tahun 1963 tentang tabungan asuransi dan pegawai negeri. Ketika itu PN Taspen memperoleh kantor sendiri di jalan merdeka No. 64 Bandung. Adapun proses pembentukan program pensiun pegawai negeri di tetapkan dengan undang-undang No. 11 tahun 1956 tentang pembelanjaan pensiun dan undang-undang No. 11 tahun 1969 tentang pensiun pegawai dan pensiun janda/duda serta undang-undang No. 8 tahun 1974 tentang pokok-pokok kepegawaian. Selanjutnya dengan adanya peraturan pemerintah No. 5 tahun 1981 tentang asuransi sosial PNS maka dilakukan proses penggabungan program kesejahteraan pegawai negeri yang terdiri dari program Tabungan Hari Tua dan pensiun yang di kelola PN Taspen. Di Jakarta PN Taspen menggunakan tiga kantor yang terpisah tempatnya yaitu di jalan Laksa No. 12 Jakarta kota, di Jl. Nusantara (sekarang Juanda) No. 11, dan di Jl Pintu Besar Selatan No. 90 menumpang pada Bank Pembangunan Daerah Jakarta Raya. PN Taspen menggunakan ketiganya hingga tahun 1970 sampai kantor pusat di jalan Letjen. Suprpto, Cempaka Putih selesai di bangun. Taspen sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) telah sukses menjalankan tugas pemerintah dengan baik yakni dalam menjalankan program asuransi sosial pegawai negeri sipil yang terdiri dari program dana pegawai negri sipil (PNS) dan

tabungan hari tua (THT). Hal tersebut sesuai dengan peraturan pemerintah No. 25 dan 26 tahun 1981 yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan pegawai negeri pada saat memasuki masa purna bakti atau pensiun.

Program Tabungan Hari Tua merupakan program asuransi bagi aparatur sipil negara, karyawan BUMN/BUMD yang terdaftar dan pejabat negara, yang terdiri dari asuransi dwiguna yang dikaitkan dengan usia pensiun ditambah dengan asuransi kematian. Kepesertaan Program Tabungan Hari Tua dimulai sejak yang bersangkutan diangkat sebagai pegawai atau pejabat negara hingga masa tugasnya selesai.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 79/PMK.010/2011 tentang Kesehatan Keuangan Badan Penyelenggara Program Tabungan Hari Tua Pegawai Negeri Sipil sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 55/PMK.010/2012 dan perubahan terakhir dengan nomor 04/PMK.02/2014 tentang Kesehatan Keuangan Badan Penyelenggara Program Tabungan Hari Tua, TASPEN telah mengalihkan penyelenggaraan Program Tabungan Hari Tua/THT Multiguna/THT Ekaguna untuk Badan Usaha Milik Negara kepada PT Asuransi Jiwa TASPEN.

Pada tanggal 1 Juli 2015 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 70 Tahun 2015 yang telah direvisi dengan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2017 tentang Jaminan Kecelakaan Kerja dan Jaminan Kematian bagi Pegawai Aparatur Sipil Negara, TASPEN dipercaya untuk mengelola program Jaminan Kecelakaan Kerja dan Jaminan Kematian sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan kesejahteraan Aparatur Sipil Negara. Jaminan Kecelakaan Kerja adalah perlindungan atas kecelakaan kerja atau

penyakit akibat kerja berupa perawatan, santunan dan tunjangan cacat.

Kecelakaan kerja yang dimaksud adalah kecelakaan kerja yang terjadi :

- a. Dalam menjalankan tugas kewajiban;
- b. Dalam keadaan lain yang ada hubungannya dengan dinas, sehingga kecelakaan itu disamakan dengan kecelakaan yang terjadi dalam menjalankan tugas kewajibannya;
- c. Karena perbuatan anasir yang tidak bertanggung jawab ataupun sebagai akibat tindakan terhadap anasir tersebut dalam melaksanakan tugas;
- d. Dalam perjalanan dari rumah menuju tempat kerja atau sebaliknya;
- e. Dan/atau yang menyebabkan penyakit akibat kerja;

Jaminan Kematian adalah perlindungan atas risiko kematian bukan akibat kecelakaan kerja berupa santunan kematian. Selaras dengan Program Tabungan Hari Tua kepesertaan program Jaminan Kecelakaan Kerja dan Jaminan Kematian dimulai sejak yang bersangkutan diangkat sebagai pegawai hingga masa tugasnya selesai.

Tanggal 18 November 1970, melalui Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor Kep. 749/MK/IV/11/1970 PN TASPEN bertransformasi menjadi Perusahaan Umum. Kemudian, terjadi peningkatan status dari Perusahaan Umum menjadi Perseroan yang dilakukan berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 25 Tahun 1981 dan disahkan dengan Akta Notaris Imas Fatimah nomor 4 tanggal 4 Januari 1982 dengan nama PT TASPEN (PERSERO) yang menyelenggarakan Program Tabungan Hari Tua dan Program Pensiun. Transformasi dan peningkatan tersebut dilakukan karena

seiring dengan bertambahnya jumlah Pegawai Negeri dan luasnya cakupan layanan Perseroan.

Tanggal 22 September 1986, Perseroan menyelenggarakan pembayaran pensiun bagi Pegawai Negeri dengan menunjuk Bali, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur sebagai pilot project. Hal tersebut berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 822/KMK.03/1986 dan sebagai tindak lanjut amanat Peraturan Pemerintah RI Nomor 25 tahun 1981. Dilanjutkan untuk wilayah Sumatera pada tanggal 31 Oktober 1987 berdasarkan Keputusan Menteri Nomor 702/KMK.03/1987 dan Jawa serta Madura pada tanggal 27 September 1988 berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 812/KMK.03/1988. Adapun, pelaksanaan pembayaran pensiun Pegawai Negeri secara Nasional dilaksanakan sejak April 1990 hingga saat ini.

Tahun 2014, Perseroan mengalihkan penyelenggaraan kepesertaan 11 BUMN program Tabungan Hari Tua (THT)/THT Multiguna/THT Ekaguna kepada PT Asuransi Jiwa Taspen berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 55/PMK.010/2012 dan perubahan Nomor 04/PMK.02/2014 tentang Kesehatan Keuangan Badan Penyelenggara Program Tabungan Hari Tua Pegawai Negeri Sipil. Pengalihan tersebut sebagai upaya memfokuskan diri sebagai perusahaan yang melayani jaminan sosial bagi Aparatur Sipil Negara berdasarkan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara.

Dengan pengalaman yang sudah dibuktikan dengan berbagai penghargaan, Perseroan kembali menerima amanat untuk meningkatkan kesejahteraan Aparatur Sipil Negara dan Pejabat Negara melalui Program

Jaminan Kecelakaan Kerja dan Program Jaminan Kematian berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 70 Tahun 2015.

Kini, TASPEN terus berupaya meningkatkan layanan bagi Aparatur Sipil Negara melalui berbagai macam inovasi, mulai dari *digital-based service*, layanan klim otomatis, layanan kunjungan nasabah hingga layanan klim satu jam yang telah memperoleh sertifikasi ISO 9001:2008. Hal ini merupakan komitmen Perseroan untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna tercapainya kesejahteraan Aparatur Sipil Negara yang berkelanjutan

## **2. Visi dan Misi Perusahaan**

### **1. Visi PT. Taspen (Persero)**

Menjadi pengelola dana pensiun dan tabungan hari tua (THT) serta jaminan sosial lainnya yang terpercaya.

### **2. Misi PT. Taspen (Persero)**

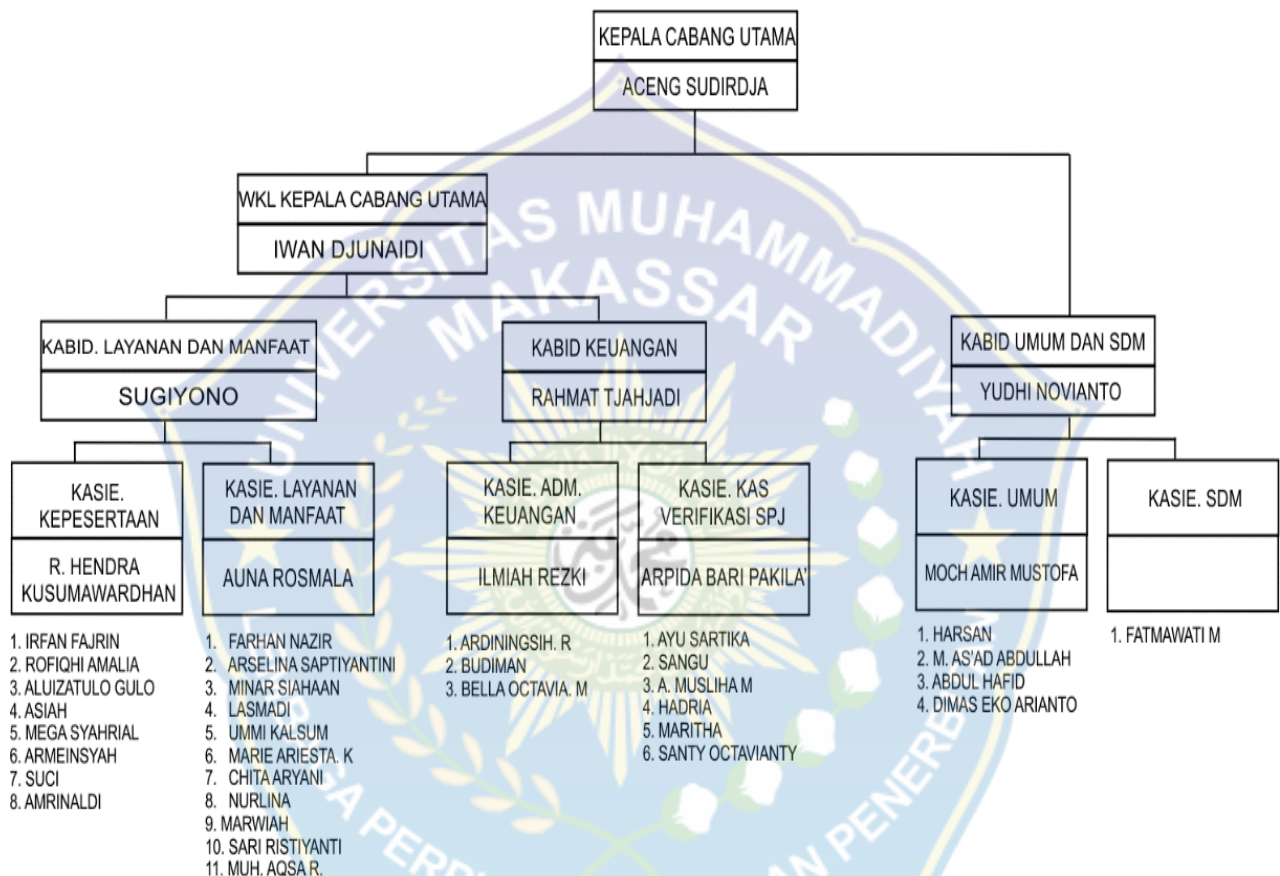
Mewujudkan manfaat dan pelayanan yang semakin baik bagi peserta dan stakeholder lainnya secara profesional dan akuntabel, berlandaskan integritas dan etika yang tinggi.

## **3. Struktur Organisasi**

Salah satu factor penting untuk mencapai tujuan perusahaan adalah struktur organisasi yang baik dan tepat dimana di dalamnya terdapat pembagian kerja yang jelas. Pembagian kerja tersebut di maksudkan agar setiap karyawan mengetahui tentang apa yang harus di laksanakan dan mempertanggungjawabkan tugas tersebut,

mengetahui siapa atasannya sehingga semua dapat diarahkan untuk membentuk angkatan kerja yang loyal dan humoris.

Adapun struktur organisasi PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Makassar, sebagai berikut :



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PT. Taspen (Persero)**  
**Kantor Cabang Utama Makassar**

#### 4. Uraian Tugas

##### 1. Kepala Cabang Utama

Kepala Cabang Utama memimpin kantor cabang utama, mengemban misi untuk mencapai tujuan serta sasaran perusahaan, mempunyai fungsi merencanakan membina dan mengendalikan kegiatan kantor cabang utama dan mengkoordinasikan kantor cabang wilayah kerjanya.

## 2. Wakil Kepala Cabang Utama

Wakil Kepala Cabang Utama melaksanakan tugas-tugas dalam bidang pelayanan, personalia, dan umum, keuangan dan pengawasan, pengelolaan data yang dilegalisasikan oleh kepala kantor cabang utama serta mempunyai kegiatan intern kantor.

## 3. Kabid Layanan dan Manfaat

Kabid Layanan dan Manfaat membantu wakil kapala cabang utama dalam mengkoordinir sistem penilaian, perhitungan dan pembayaran serta bertugas memberikan penjelasan kepada peserta tabungan dan asuransi pegawai negeri serta menyetujui keabsahan dan kelengkapan dokumen pengajuan surat permohonan pembayaran SPP klaim serta bertanggungjawab atas pelaksanaan seluruh kegiatan bidang pelayanan.

## 4. Kabid Keuangan

Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan, seta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien dan akurat serta mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat

## 5. Kabid Umum dan SDM

Membantu direktur keuangan dan umum dalam mengkoordinasikan kegiatan pengelolaan kepegawaian, pengembangan SDM serta pengelolaan rumah tangga kantor, pemeliharaan/perbaikan peralatan sarana dan kebersihan dilingkup kantor.

6. KASIE Kepesertaan

Memastikan perumusan kebijakan sistem data peserta mengakomodasi kebutuhan strategi perusahaan akan data peserta yang akurat melalui review dan analisis kebijakan sistem data peserta secara periodik.

7. KASIE Layanan dan Manfaat

Menetapkan target waktu penyusunan perumusan kebijakan sistem dan prosedur layanan pemasaran yang dapat memberikan kepastian pelayanan penyelenggaraan hak peserta, meningkatkan kualitas layanan dan mengantisipasi kebutuhan peserta.

8. KASIE Adm. Keuangan

Mempersiapkan penyediaan dana yang cukup untuk pembayaran klaim dan pembyaran lainnya serta melakukan tugas verifikasi sebagai langkah pra audit transaksi.

9. KASIE Kas Verifikasi SPJ

Menyiapkan laporan keuangan dan laporan manajemen keuangan Kantor Cabang Utama (KCU) serta Membuat rekonsiliasi bank dan melakukan pengecekan pembukuan, program hari tua dan administrasi pensiun.

10. KASIE Umum

Melaksanakan kegiatan kesekretariatan, kehumasan dan pengarsipan di Kantor Cabang Utama (KCU) serta melaksanakan pemeliharaan, perawatan dan perbaikan peralatan yang non mekanik termasuk mengamankan semua dokumen milik perusaha.



## 11. KASIE SDM

Melaksanakan perencanaan kebutuhan SDM, administrasi dan sistem administrasi SDM, serta melaksanakan pengendalian, pembinaan, pelatihan, sertifikasi dan evaluasi kinerja SDM.

### B. Deskripsi Data Atas Variable Penelitian

#### 1. Karakteristik pengambilan data

Populasi dalam penelitian ini adalah serluruh peserta pensiun pada PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Proses pendistribusian data dilakukan selama dua bulan. Data responden dapat dilihat pada tabel karakteristik responden yang menyajikan beberapa informasi umum mengenai kondisi responden yang ditemukan pada penyebaran kuesioner.

#### 2. Karakteristik responden

##### a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|----------------------|-------------------------|-----------------------|
| Pria                 | 49                      | 49%                   |
| Wanita               | 51                      | 51%                   |
| Total                | 100                     | 100%                  |

*Sumber: data diolah oleh peneliti*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa manyoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita yang berjumlah 51 orang atau sebesar 51% dan responden berjenis kelamin pria

berjumlah 49 orang atau sebesar 49% dari total responden di PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar.

**b. Karakteristik responden berdasarkan usia**

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada uraian berikut:

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia (tahun) | Jumlah responden | Presentase (%) |
|--------------|------------------|----------------|
| 50-60        | 33               | 33%            |
| 61-70        | 40               | 40%            |
| 71-75        | 27               | 27%            |
| Total        | 100              | 100%           |

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 33 responden yang berusia 50-60 tahun sebanyak 33%, responden yang berusia 61-70 tahun berjumlah 40 orang atau sebanyak 40%, usia 71-79 tahun sebanyak 27 orang atau sebanyak 27%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 50-60 tahun.

**c. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan**

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**

**Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan**

| Pendidikan terakhir | Jumlah responden | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|----------------|
| SMA                 | 46               | 46%            |
| S1                  | 54               | 54%            |
| TOTAL               | 100              | 100%           |

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden pendidikan terakhir SMA sebanyak 46 orang atau 46%, S1 sebanyak 54 orang atau 54%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden adalah S1.

## C. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

### 1. Analisa Deskriptif Kuantitatif Variabel Penelitian

#### a. Kualitas layanan (X)

*Prasuraman et al* dalam mukarom dan laksana (2016) faktor-faktor menentukan kualitas layanan adalah SERVQUAL (*Service Quality*), pendekatan berdasarkan perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi konsumen atas layanan nyata yang mereka terima dan layanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan. Model ini memiliki lima dimensi yaitu:

- a. Tangible (Bukti Fisik)
- b. Reliability (Keandalan)
- c. Responsiveness (Daya Tanggap)
- d. Assurance (Jaminan)
- e. Emphaty (Peduli)

Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini berisi pernyataan-pernyataan yang bersifat positif, dimana pilihan sangat setuju akan menunjukkan bahwa responden melihat bahwa sangat pentingnya kualitas layanan terhadap kepuasan peserta pensun. Penelitian ini diperoleh data untuk variabel kualitas layanan sebagaimana tergambar pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4

## Deskripsi variabel kualitas layanan

## Descriptive Statistics

|                       | N   | Minimum | Maximum | Sum    | Mean   | Std. Deviation | Variance |
|-----------------------|-----|---------|---------|--------|--------|----------------|----------|
| X1                    | 100 | 2.00    | 5.00    | 437.00 | 4.3700 | ,73382         | .538     |
| X2                    | 100 | 3.00    | 5.00    | 425.00 | 4.2500 | ,47937         | .230     |
| X3                    | 100 | 3.00    | 5.00    | 446.00 | 4.4600 | ,65782         | .433     |
| X4                    | 100 | 2.00    | 5.00    | 427.00 | 4.2700 | ,64909         | .421     |
| X5                    | 100 | 2.00    | 5.00    | 455.00 | 4.5500 | ,67232         | .452     |
| X6                    | 100 | 3.00    | 5.00    | 418.00 | 4.1800 | ,53899         | .291     |
| X7                    | 100 | 3.00    | 5.00    | 437.00 | 4.3700 | ,58006         | .336     |
| X8                    | 100 | 3.00    | 5.00    | 440.00 | 4.4000 | ,56854         | .323     |
| X9                    | 100 | 2.00    | 5.00    | 428.00 | 4.2800 | ,63691         | .406     |
| X10                   | 100 | 2.00    | 5.00    | 421.00 | 4.2100 | ,78232         | .612     |
| Valid N<br>(listwise) | 100 |         |         |        |        |                |          |

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Perusahaan memiliki lokasi yang strategis. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 437.00 dengan Mean 4.3700, Std. Deviation 0.73382 dan Variance 0.538.

2. Karyawan perusahaan berpenampilan rapi dan profesional. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 425.00 dengan Mean 4.2500, Std. Deviation 0.47937 dan Variance 0.230.
3. Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 3, dan Sum 446.00 dengan Mean 4.4600, Std. Deviation 0.65782 dan Variance 0.433.
4. Pegawai dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa peserta pensiun. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 427.00 dengan Mean 4,2700, Std. Deviation 0.64909 dan Variance 0.421
5. Pegawai mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan benar (Informatif dan komunikatif). Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 455.00 dengan Mean 4.5500, Std. Deviation 0.67232 dan Variance 0.452
6. Pegawai siap membantu peserta bila mengalami kesulitan. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 3, dan Sum 418.00 dengan Mean 4.1800, Std. Deviation 0.53899 dan Variance 0.291.
7. Pegawai memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani peserta pensiun. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 3, dan Sum 437.00 dengan Mean 4.3700, Std. Deviation 0.58006 dan Variance 0.336.

8. Peserta merasa aman dalam melakukan transaksi. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 3, dan Sum 440.00 dengan Mean 4.4000, Std. Deviation 0.56854 dan Variance 0.323.
9. Perusahaan memberikan perhatian khusus kepada setiap peserta pensiun. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 428.00 dengan Mean 4.2800, Std. Deviation 0.63691 dan Variance 0.406.
10. Pegawai memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 421.00 dengan Mean 4.2100, Std. Deviation 0.78232 dan Variance 0.612.

**b. Kepuasan (Y)**

Istilah kepuasan merujuk pada sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya. Seorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi menunjukkan sikap yang positif terhadap kerja. Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat untuk berkunjung kembali
- c. Kesiediaan untuk merekomendasikan

Variabel kepuasan peserta pensiun dalam penelitian ini berisi pernyataan-pernyataan yang bersifat positif, dimana pilihan sangat setuju akan menunjukkan bahwa responden melihat bahwa kepuasan peserta pensiun sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Penelitian

ini diperoleh data untuk variabel kepuasan peserta pensiun sebagaimana tergambar pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Descriptive Statistics**

|                       | <b>N</b> | <b>Minimum</b> | <b>Maximum</b> | <b>Sum</b> | <b>Mean</b> | <b>Std. Deviation</b> | <b>Variance</b> |
|-----------------------|----------|----------------|----------------|------------|-------------|-----------------------|-----------------|
| Y1                    | 100      | 2.00           | 5.00           | 450.00     | 4.5000      | .64354                | .414            |
| Y2                    | 100      | 2.00           | 5.00           | 388.00     | 3.8800      | .83218                | .693            |
| Y3                    | 100      | 2.00           | 5.00           | 412.00     | 4.1200      | .85611                | .733            |
| Y4                    | 100      | 2.00           | 5.00           | 430.00     | 4.3000      | .62765                | .394            |
| Y5                    | 100      | 3.00           | 5.00           | 449.00     | 4.4900      | .61126                | .374            |
| Y6                    | 100      | 2.00           | 5.00           | 416.00     | 4.1600      | .87294                | .762            |
| Y7                    | 100      | 2.00           | 5.00           | 404.00     | 4.0400      | .89803                | .806            |
| Y8                    | 100      | 2.00           | 5.00           | 410.00     | 4.1000      | .98985                | .980            |
| Y9                    | 100      | 2.00           | 5.00           | 428.00     | 4.2800      | .60436                | .365            |
| Y10                   | 100      | 3.00           | 5.00           | 444.00     | 4.4400      | .57419                | .330            |
| Valid N<br>(listwise) | 100      |                |                |            |             |                       |                 |

*Sumber Data Diolah Peneliti*

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Perusahaan menyediakan kartu komentar dan menyediakan saluran telpon untuk menyampaikan keluhan dan saran para pelanggan atau konsumen. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 450.00 dengan Mean 4.5000, Std. Deviation 0.64354 dan Variance 0.414.

2. Pihak perusahaan langsung menanyakan secara langsung mengenai kepuasan pelanggan tersebut. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 388.00 dengan Mean 3.3800, Std. Deviation 0.83218 dan Variance 0.693.
3. Pihak perusahaan memberikan pertanyaan menyangkut besarnya harapan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 412.00 dengan Mean 4.1200, Std. Deviation 0.85611 dan Variance 0.733.
4. Merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karna prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 430.00 dengan Mean 4.300, Std. Deviation 0.62765 dan Variance 0.394.
5. Informasi yang diberikan karyawan berhasil membuat anda puas. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 3, dan Sum 449.00 dengan Mean 4.4900, Std. Deviation 0.61126 dan Variance 0.374.
6. Merasa puas dengan kemampuan yang dimiliki karyawan PT. Taspen KCU Makassar dalam memberikan pelayanan. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 416.00 dengan Mean 4.1600, Std. Deviation 0.87294 dan Variance 0.762.
7. Merasa puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum .404.00 dengan Mean 4.0400, Std. Deviation 0.89803 dan Variance 0.806.
8. Merasa puas dengan fasilitas (Meja, kursi, westafel) yang disediakan oleh perusahaan. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum , dan Sum 410.00 dengan Mean 4.1000, Std. Deviation 0.98985 dan Variance 0.980.



9. Merasa puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan perusahaan. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 2, dan Sum 428.00 dengan Mean 4.2800, Std. Deviation 0.60436 dan Variance 0.365.
10. Merasa puas dengan kepedulian karyawan akan keinginan pelanggan. Jawaban dari responden Maksimum 5, Minimum 3, dan Sum 444.00 dengan Mean 4.4400, Std. Deviation 0.57419 dan Variance 0.330.

Tabel 4.6

## Frekuensi Pertanyaan Responden Kualitas Layanan (X)

| Item pertanyaan    | STS 1              |   | TS 2 |     | RG 3 |      | S 4 |      | SS 5 |      | TOTAL        |                   |
|--------------------|--------------------|---|------|-----|------|------|-----|------|------|------|--------------|-------------------|
|                    | F                  | % | F    | %   | F    | %    | F   | %    | F    | %    | BOBOT        | RATA <sup>2</sup> |
| X <sub>1</sub> 1.1 | 0                  | 0 | 2    | 2,0 | 9    | 9,0  | 39  | 39,0 | 50   | 50,0 | 437          | 4,37              |
| X <sub>1</sub> 1.2 | 0                  | 0 | 0    | 0   | 2    | 2,0  | 71  | 71,0 | 27   | 27,0 | 425          | 4,25              |
| <b>X1.1</b>        | <b>Tangibles</b>   |   |      |     |      |      |     |      |      |      | <b>4,31</b>  |                   |
| X <sub>1</sub> 2.1 | 0                  | 0 | 0    | 0   | 9    | 9,0  | 36  | 36,0 | 55   | 55,0 | 446          | 4,46              |
| X <sub>1</sub> 2.2 | 0                  | 0 | 2    | 2,0 | 5    | 5,0  | 57  | 57,0 | 36   | 36,0 | 427          | 4,27              |
| <b>X1.2</b>        | <b>Realibility</b> |   |      |     |      |      |     |      |      |      | <b>4,36</b>  |                   |
| X <sub>1</sub> 3.1 | 0                  | 0 | 2    | 2,0 | 4    | 4,0  | 31  | 31,0 | 63   | 63,0 | 445          | 4,55              |
| X <sub>1</sub> 3.2 | 0                  | 0 | 0    | 0   | 7    | 7,0  | 68  | 68,0 | 25   | 25,0 | 418          | 4,18              |
| <b>X1.3</b>        | <b>Responsives</b> |   |      |     |      |      |     |      |      |      | <b>4,31</b>  |                   |
| X <sub>1</sub> 4.1 | 0                  | 0 | 0    | 0   | 5    | 5,0  | 53  | 53,0 | 42   | 42,0 | 437          | 4,37              |
| X <sub>1</sub> 4.2 | 0                  | 0 | 0    | 0   | 4    | 4,0  | 52  | 52,0 | 44   | 44,0 | 440          | 4,40              |
| <b>X1.4</b>        | <b>Assurance</b>   |   |      |     |      |      |     |      |      |      | <b>4,38</b>  |                   |
| X <sub>1</sub> 5.1 | 0                  | 0 | 2    | 2,0 | 4    | 4,0  | 58  | 58,0 | 36   | 36,0 | 428          | 4,28              |
| X <sub>1</sub> 5.2 | 0                  | 0 | 1    | 1,0 | 19   | 19,0 | 38  | 38,0 | 42   | 42,0 | 421          | 4,21              |
| <b>X1.5</b>        | <b>Emphaty</b>     |   |      |     |      |      |     |      |      |      | <b>4,24</b>  |                   |
| <b>Rata-rata</b>   |                    |   |      |     |      |      |     |      |      |      | <b>4,334</b> |                   |

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.6 nilai skor rata-rata tanggapan responden terhadap 10 pertanyaan atau 5 item yang berhubungan dengan kualitas adalah 4,334. Jadi berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas (Assurance) berada pada kategori sangat tinggi.

Tabel 4.7

## Frekuensi Pertanyaan Responden Kepuasan (Y)

| Item pertanyaan    | STS 1 |   | TS 2 |      | RG 3 |      | S 4 |      | SS 5 |      | TOTAL |                   |
|--------------------|-------|---|------|------|------|------|-----|------|------|------|-------|-------------------|
|                    | F     | % | F    | %    | F    | %    | F   | %    | F    | %    | BOBOT | RATA <sup>2</sup> |
| Y <sub>1</sub> 1.1 | 0     | 0 | 1    | 1,0  | 5    | 5,0  | 37  | 37,0 | 57   | 57,0 | 450   | 4,50              |
| Y <sub>1</sub> 1.2 | 0     | 0 | 4    | 4,0  | 29   | 29,0 | 42  | 42,0 | 25   | 25,0 | 388   | 3,88              |
| <b>Y1.1</b>        |       |   |      |      |      |      |     |      |      |      |       | <b>4,13</b>       |
| Y <sub>1</sub> 2.1 | 0     | 0 | 9    | 9,0  | 4    | 4,0  | 53  | 53,0 | 34   | 34,0 | 412   | 4,12              |
| Y <sub>1</sub> 2.2 | 0     | 0 | 1    | 1,0  | 6    | 6,0  | 55  | 55,0 | 38   | 38,0 | 430   | 4,30              |
| <b>Y1.2</b>        |       |   |      |      |      |      |     |      |      |      |       | <b>4,21</b>       |
| Y <sub>1</sub> 3.1 | 0     | 0 | 0    | 0    | 6    | 6,0  | 39  | 39,0 | 55   | 55,0 | 449   | 4,49              |
| Y <sub>1</sub> 3.2 | 0     | 0 | 5    | 5,0  | 16   | 16,0 | 37  | 37,0 | 42   | 42,0 | 416   | 4,16              |
| <b>Y1.3</b>        |       |   |      |      |      |      |     |      |      |      |       | <b>4,32</b>       |
| Y <sub>1</sub> 4.1 | 0     | 0 | 6    | 6,0  | 20   | 20,0 | 38  | 38,0 | 36   | 36,0 | 404   | 4,04              |
| Y <sub>1</sub> 4.2 | 0     | 0 | 13   | 13,0 | 5    | 5,0  | 41  | 41,0 | 41   | 41,0 | 410   | 4,10              |
| <b>Y1.4</b>        |       |   |      |      |      |      |     |      |      |      |       | <b>4,07</b>       |
| Y <sub>1</sub> 5.1 | 0     | 0 | 1    | 1,0  | 5    | 5,0  | 59  | 59,0 | 35   | 35,0 | 428   | 4,28              |
| Y <sub>1</sub> 5.2 | 0     | 0 | 0    | 0    | 4    | 4,0  | 48  | 48,0 | 48   | 48,0 | 444   | 4,44              |
| <b>Y1.5</b>        |       |   |      |      |      |      |     |      |      |      |       | <b>4,36</b>       |
| <b>Rata-rata</b>   |       |   |      |      |      |      |     |      |      |      |       | <b>4,231</b>      |

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.7, nilai skor rata-rata tanggapan responden terhadap 10 pertanyaan atau 3 item yang berhubungan dengan kepuasan adalah 4,231.

Jadi berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan berada pada kategori sangat tinggi.

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Pengujian validitas instrument, dimana nilai validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Jika angka korelasi yang didapat lebih besar dari pada angka kritik ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) maka instrument tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini angka kritik adalah  $N-2=100-2=98$  dengan taraf signifikan 5% dengan menggunakan pengujian satu arah, maka angka kritik untuk uji validitas dalam penelitian ini adalah 0,1654. Dengan demikian maka berdasarkan pengujian validitas instrument, nilai *correlation* bernilai positif dan diatas nilai  $r_{tabel}$  0,1654, yang artinya semua butir pertanyaanya dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas variabel Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Peserta Pensiun (Y) dapat diuraikan pada tabel dibawah ini:



**Tabel 4.8**  
**Uji validitas**

| <b>Instrumen Variabel</b> | <b>Question</b> | <b>r-hitung</b> | <b>r-tabel</b> | <b>Keterangan</b> |
|---------------------------|-----------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Kualitas Layanan (X)      | X1              | 0,700           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X2              | 0,535           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X3              | 0,626           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X4              | 0,681           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X5              | 0,789           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X6              | 0,599           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X7              | 0,538           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X8              | 0,681           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X9              | 0,685           | 0,1654         | Valid             |
|                           | X10             | 0,695           | 0,1654         | Valid             |
| Kepuasan (Y)              | Y1              | 0,799           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y2              | 0,646           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y3              | 0,678           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y4              | 0,655           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y5              | 0,595           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y6              | 0,703           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y7              | 0,696           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y8              | 0,607           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y9              | 0,589           | 0,1654         | Valid             |
|                           | Y10             | 0,447           | 0,1654         | Valid             |

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti

### b. Uji Reabilitas

Satu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60. Uji realibilitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 22. Hasil pengolahan data yang disajikan dalam tabel menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) item untuk setiap variabel adalah lebih, besar dari 0,60 sehingga item untuk setiap variabel adalah *reliable*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Reabilitas Variabel Peneitian**

| Variabel         | <i>Cronbach's alpha</i> | Batas Reabilitas | Keterangan |
|------------------|-------------------------|------------------|------------|
| Kualitas Layanan | 0,851                   | 0,6              | Reliable   |
| Kepuasan         | 0,836                   | 0,6              | Reliable   |

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti

### 3. Regresi linear sederhana

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menggunakan analisis regresi sederhana bertujuan untuk memprediksi berapa besar kekuatan pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

#### a. Uji $R^2$ (Uji Determinasi)

Analisis determinasi adalah perbandingan antara variasi Y (*dependen*) yang dijelaskan oleh X (*independen*). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan variasi variabel *dependen*.

Penelitian ini menggunakan koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* untuk melihat pengaruh variabel *independen terhadap variabel dependen*. Berdasarkan hasil uji, koefisien determinasi *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,573 menunjukkan bahwa 57,3% kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan peserta pensiun PT.Taspen Kcu Makassar sedangkan sebesar 43,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 4.10**  
**Uji Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |               | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|---------------|---------------|
|       |                   |          |                   |                            | R Square Change   | Sig. F Change |               |
| 1     | .760 <sup>a</sup> | .577     | .573              | 3,17449                    | .577              | .000          | 1,412         |

a. Predictors: (Constant), Total\_X

b. Dependent Variable: Total\_Y

#### b. Uji T

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji statistik t dan koefisien Determinasi. Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan

tingkat signifikan yaitu 0,05. Jika nilai sig < 0,05, maka hipotesis diterima dan sebaliknya jika nilai sig > 0,05, maka hipotesis ditolak

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 3.809 + 0.888X$$

Dimana:

Y : Kepuasan

$\alpha$  : Konstan

$\beta$  : Koefisien Regresi

X : Kualitas Layanan

Tabel 4.11

Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)     | 3.809                       | 3.342      |                           | 1.140  | .257 |
| Kualitas Layanan | .888                        | .077       | .760                      | 11.573 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel diatas, maka dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

- a. Costanta sebesar 3.809 artinya jika kualitas layanan (X) nilainya adalah 0 maka kepuasan (Y) sebesar 3.809.

- b. Koefisien regresi variabel pengaruh kualitas layanan sebesar 0.888 dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  artinya kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun. Hal ini berarti bahwa, semakin baik kualitas layanan maka kepuasan peserta pensiun juga semakin meningkat.

#### **D. Analisis dan interpretasi (Pembahasan)**

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear sederhana maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar, hal ini dikarenakan kualitas layanan yang diterapkan dan dilaksanakan dengan baik maka akan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan peserta pensiun. Adapun indikator kualitas layanan sebagai berikut:

1. Tangible (Bukti fisik)
2. Reliability (Keandalan)
3. Responsiveness (Daya Tanggap)
4. Assurance (Jaminan)
5. Emphaty (Peduli)

Penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh beberapa peneliti terdahulu menyangkut kualitas layanan sebagai berikut:

Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari (2015) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran INDUS UBUD Gianyar. Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan maka dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran



indus ubud dan juga dapat diketahui bahwa variabel perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran ubud Gianyar.

Dwi Aryani, Febrina Rosinta (2010) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan.

Benny Osta Nababan, Tanisa Adra Oktaviani (2018) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. Taspen (Persero) cabang Depok. Probabilitas kesalahan (sig) dan tiap-tiap indikator semuanya dibawah 0,05 oleh karna itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner dalam penelitian ini adalah valid.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Bedasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT.Taspen (Persero) Kcu Makassar. Hal ini dapat dilihat dari nilai dan koefisien determinan yang ditunjukkan oleh *adjusted R square* yaitu sebesar 0,573 menunjukkan bahwa 57,3%, hal ini berarti sebesar 57,3% kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. (Persero) Kcu Makassar sedangkan sebesar 43,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### B. Saran

##### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian yang dilakukan diharapkan bagi pimpinan perusahaan selalu memperhatikan kualitas layanan yang diterapkan oleh perusahaan, dimana kualitas layanan memberikan dampak positif terhadap kepuasan peserta pensiun. Selain itu dengan kualitas layanan yang baik maka peserta pensiun juga akan nyaman diberbagai dimensi-dimensi pelayanan ataupun fasilitas yang di sediakan oleh perusahaan.

##### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel baru agar hasil penelitian dapat lebih variatif dan menemukan penelitian yang baru dan agar kiranya nanti bisa melakukan 2 objek penelitian atau lebih karna penelitian ini hanya menggunakan 1 objek saja sehingga bisa melakukan perbandingan disetiap perusahaan supaya lebih mengetahui tingkat

pengukuran variabel kalitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. Taspen (Persero) Kcu Makassar



## DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis dan Birokrasi. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Volume 17, No.2
- Daulika, Dea dan Heppy Millayani. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Aston Primera Pasteur Bandung. *E-Proceeding of Management*. Vol.2, No.3
- Nababan, Benny Osta dan Tanisa Adra Oktaviani. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pensiun Pada Pt. Taspen (Persero) Cabang Depok. *Economicus*. Vol.9 No.1
- Nuhung, Mahmud. 2014. *Bank Syariah*. Fahmis Pustaka: Makassar.
- Panjaitan, Januar Efendi dan Ai Lili Yuliati. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Derema Jurnal manajemen*. Vol.11 No.2
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Cv. Andi Offset: Yogyakarta.
- Sulistyawati, Ni Made Arie dan Ni Ketut Seminari. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, No. 8
- Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana: Jakarta.
- Syukur, Fatah. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia Pendidikan*. PT. Pustaka Rizki Putra: Semarang
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Service Marketing*. Jelajah Nusa: Yogyakarta.
- Wahyuningsih, Anrifah. 2015. Kualitas Pelayanan Pembayaran Pensiun Pegawai Negeri Sipil Di Pt. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Makassar. *Jurusan Ilmu Administrasi*. Hal. 1-82. Unuversitas Hasanuddin. Makassar
- Yuniarsih, Tjutju dan Suwanto. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Aplikasi dan Isu Penelitian*. Alfabeta: Bandung



L

A

M

P

I

R

A

N



## LEMBAR KUESIONER

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Sdr/i

### PT.TASPEN(PERSERO) KCU MAKASSAR

Saya mohon kesediaan anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PESERTA Pensiun pada PT. TASPEN (PERSERO) KCU MAKASSAR”**. Atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden : .....

Nama (Boleh Tidak diisi) : .....

Umur : ..... tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Pendidikan : .....

Bidang : .....

Masa Kerja : .....

#### II. TANGGAPAN RESPONDEN

Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternatif jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom pada jawaban yang tersedia Keterangan jawaban sebagai berikut:

Berilah tanda silang (X) atau tanda check list (√) pada jawaban yang saudara anggap paling sesuai.



**Keterangan:**

- STS** : Sangat Tidak Setuju : 1
- TS** : Tidak Setuju : 2
- RG** : Ragu-Ragu : 3
- S** : Setuju : 4
- SS** : Sangat Setuju : 5

**A. Kualitas Layanan (X)**

| No | Pernyataan  | STS | TS | S | SS |
|----|---|-----|----|---|----|
| 1  | Perusahaan memiliki lokasi yang strategis   |     |    |   |    |
| 2  | Pegawai perusahaan berpenampilan menarik, rapi dan profesional                      |     |    |   |    |
| 3  | Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan  |     |    |   |    |
| 4  | Pegawai dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa peserta pensiun               |     |    |   |    |
| 5  | Pegawai mampu memberikan pelayanan yang cepat dan benar (Informati dan Komunikatif) |     |    |   |    |
| 6  | Pegawai siap membantu peserta bila mengalami kesulitan                              |     |    |   |    |
| 7  | Pegawai memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani peserta pensiun          |     |    |   |    |
| 8  | Peserta merasa aman dalam melakukan   |     |    |   |    |

|           |  |  |  |  |  |
|-----------|--|--|--|--|--|
|           | transaksi  |  |  |  |  |
| <b>9</b>  | Perusahaan memberikan perhatian khusus kepada setiap peserta pensiun |  |  |  |  |
| <b>10</b> | Pegawai memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial |  |  |  |  |

### B. Kepuasan (Y)

| No       | Pernyataan   | STS | TS | S | SS |
|----------|--|-----|----|---|----|
| <b>1</b> | Perusahaan menyediakan kartu komentar dan menyediakan saluran telpon untuk menyampaikan keluhan dan saran para pelanggan atau konsumen |     |    |   |    |
| <b>2</b> | Pihak perusahaan menanyakan secara langsung mengenai kepuasan peserta pensiun tersebut   |     |    |   |    |
| <b>3</b> | Pihak perusahaan memberikan pertanyaan menyangkut besarnya harapan pensiunan terhadap pelayanan yang diberikan                         |     |    |   |    |
| <b>4</b> | Merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit  |     |    |   |    |
| <b>5</b> | Informasi yang diberikan oleh karyawan berhasil membuat anda puas  |     |    |   |    |

|           |   |  |  |  |  |
|-----------|---|--|--|--|--|
| <b>6</b>  | Merasa puas dengan kemampuan yang dimiliki karyawan dalam memberikan pelayanan      |  |  |  |  |
| <b>7</b>  | Merasa puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan                                 |  |  |  |  |
| <b>8</b>  | Merasa puas dengan fasilitas (Meja, kursi westafel) yang disediakan oleh perusahaan |  |  |  |  |
| <b>9</b>  | Merasa puas dengan keamanan, kenyamanan, dan kebersihan perusahaan                  |  |  |  |  |
| <b>10</b> | Merasa puas dengan kepedulian karyawan akan keinginan peserta pensiun               |  |  |  |  |

## VARIABEL X

### Uji Validitas

### Correlations

#### Descriptive Statistics

|          | Mean    | Std. Deviation | N   |
|----------|---------|----------------|-----|
| VAR00001 | 4,3700  | ,73382         | 100 |
| VAR00002 | 4,2500  | ,47937         | 100 |
| VAR00003 | 4,4600  | ,65782         | 100 |
| VAR00004 | 4,2700  | ,64909         | 100 |
| VAR00005 | 4,5500  | ,67232         | 100 |
| VAR00006 | 4,1800  | ,53899         | 100 |
| VAR00007 | 4,3700  | ,58006         | 100 |
| VAR00008 | 4,4000  | ,56854         | 100 |
| VAR00009 | 4,2800  | ,63691         | 100 |
| VAR00010 | 4,2100  | ,78232         | 100 |
| VAR00011 | 43,3400 | 4,15658        | 100 |

#### Correlations

|          | VAR0<br>0001                                       | VAR000<br>02 | VAR0<br>0003 | VAR0<br>0004 | VAR0<br>0005 | VAR0<br>0006 | VAR0<br>0007 | VAR0<br>0008 | VAR0<br>0009 | VAR000<br>10 | VAR00011 |         |
|----------|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------|---------|
| VAR00001 | Pearson<br>Correlation                             | 1            | ,366**       | ,439**       | ,276**       | ,668**       | ,417**       | ,221*        | ,344**       | ,489**       | ,286**   | ,700**  |
|          | Sig. (2-<br>tailed)                                |              | ,000         | ,000         | ,005         | ,000         | ,000         | ,027         | ,000         | ,000         | ,004     | ,000    |
|          | Sum of<br>Squares<br>and<br>Cross-<br>product<br>s | 53,310       | 12,750       | 20,980       | 13,010       | 32,650       | 16,340       | 9,310        | 14,200       | 22,640       | 16,230   | 211,420 |
|          | Covaria<br>nce                                     | ,538         | ,129         | ,212         | ,131         | ,330         | ,165         | ,094         | ,143         | ,229         | ,164     | 2,136   |
|          | N  | 100          | 100          | 100          | 100          | 100          | 100          | 100          | 100          | 100          | 100      | 100     |
| VAR00002 | Pearson<br>Correlation                             | ,366**       | 1            | ,016         | ,235*        | ,353**       | ,332**       | ,608**       | ,037         | ,265**       | ,451**   | ,535**  |
|          | Sig. (2-<br>tailed)                                | ,000         |              | ,874         | ,018         | ,000         | ,001         | ,000         | ,714         | ,008         | ,000     | ,000    |



|          |                                   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
|----------|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| VAR00004 | Pearson                           |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
|          | Correlation                       | ,276** | ,235*  | ,487** | 1      | ,443** | ,235*  | ,349** | ,526** | ,328** | ,524** | ,681**  |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,005   | ,018   | ,000   |        | ,000   | ,019   | ,000   | ,000   | ,001   | ,000   | ,000    |
|          | Sum of Squares and Cross-products | 13,010 | 7,250  | 20,580 | 41,710 | 19,150 | 8,140  | 13,010 | 19,200 | 13,440 | 26,330 | 181,820 |
|          | Covariance                        | ,131   | ,073   | ,208   | ,421   | ,193   | ,082   | ,131   | ,194   | ,136   | ,266   | 1,837   |
| N        | 100                               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100     |
| VAR00005 | Pearson                           |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
|          | Correlation                       | ,668** | ,353** | ,541** | ,443** | 1      | ,393** | ,328** | ,370** | ,510** | ,470** | ,789**  |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,001   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000    |





|          |                                   |        |        |        |        |        |        |        |       |        |        |         |
|----------|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|---------|
| VAR00007 | Pearson                           |        |        |        |        |        |        |        |       |        |        |         |
|          | Correlation                       | ,221*  | ,608** | ,079   | ,349** | ,328** | ,140   | 1      | ,221* | ,154   | ,517** | ,538**  |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,027   | ,000   | ,435   | ,000   | ,001   | ,164   |        | ,027  | ,126   | ,000   | ,000    |
|          | Sum of Squares and Cross-products | 9,310  | 16,750 | 2,980  | 13,010 | 12,650 | 4,340  | 33,310 | 7,200 | 5,640  | 23,230 | 128,420 |
|          | Covariance                        | ,094   | ,169   | ,030   | ,131   | ,128   | ,044   | ,336   | ,073  | ,057   | ,235   | 1,297   |
| N        | 100                               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    |         |
| VAR00008 | Pearson                           |        |        |        |        |        |        |        |       |        |        |         |
|          | Correlation                       | ,344** | ,037   | ,583** | ,526** | ,370** | ,356** | ,221*  | 1     | ,441** | ,536** | ,681**  |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000   | ,714   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,027   |       | ,000   | ,000   | ,000    |





|  |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| Sum of Squares and Cross-products Covariance | 211,420 | 105,500 | 169,360 | 181,820 | 218,300 | 132,880 | 128,420 | 159,400 | 179,480 | 223,860 | 1710,440 |
| N  | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100      |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability

**Scale: ALL VARIABLES**

### Case Processing Summary

|                             | N   | %     |
|-----------------------------|-----|-------|
| Valid                       | 100 | 100,0 |
| Cases Excluded <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
| Total                       | 100 | 100,0 |

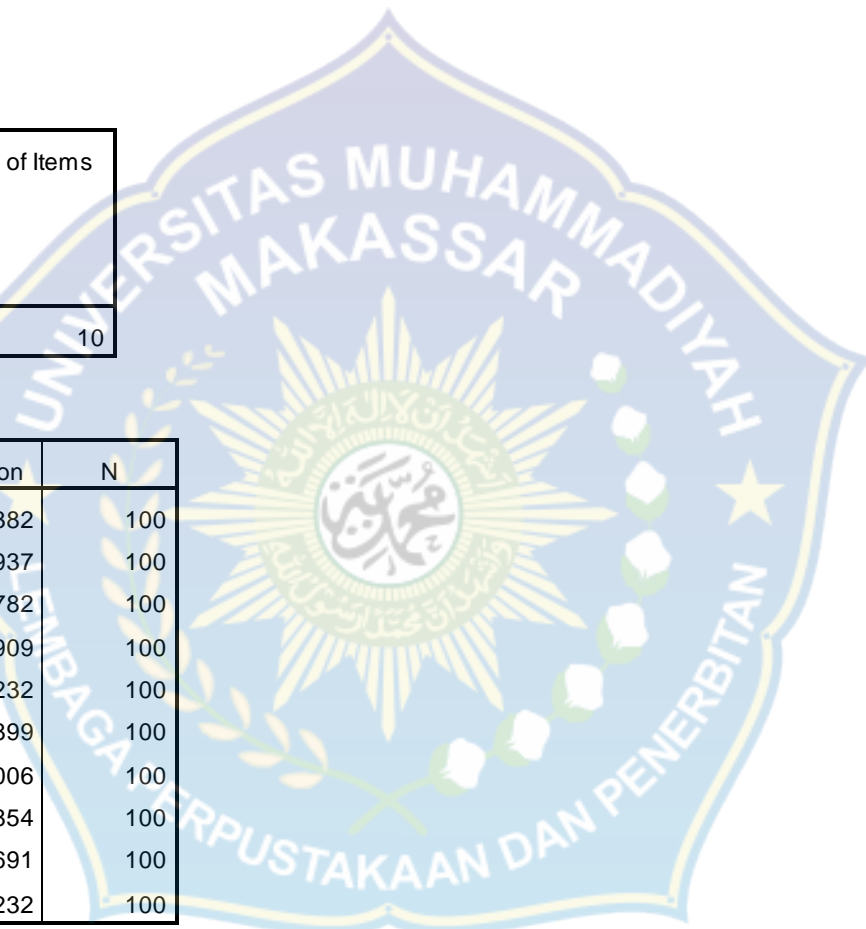
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,851             | ,851   | 10         |

**Item Statistics**

|          | Mean   | Std. Deviation | N   |
|----------|--------|----------------|-----|
| VAR00001 | 4,3700 | ,73382         | 100 |
| VAR00002 | 4,2500 | ,47937         | 100 |
| VAR00003 | 4,4600 | ,65782         | 100 |
| VAR00004 | 4,2700 | ,64909         | 100 |
| VAR00005 | 4,5500 | ,67232         | 100 |
| VAR00006 | 4,1800 | ,53899         | 100 |
| VAR00007 | 4,3700 | ,58006         | 100 |
| VAR00008 | 4,4000 | ,56854         | 100 |
| VAR00009 | 4,2800 | ,63691         | 100 |
| VAR00010 | 4,2100 | ,78232         | 100 |



**Inter-Item Correlation Matrix**

|          | VAR00001 | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00007 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| VAR00001 | 1,000    | ,366     | ,439     | ,276     | ,668     | ,417     | ,221     | ,344     | ,489     | ,286     |
| VAR00002 | ,366     | 1,000    | ,016     | ,235     | ,353     | ,332     | ,608     | ,037     | ,265     | ,451     |
| VAR00003 | ,439     | ,016     | 1,000    | ,487     | ,541     | ,334     | ,079     | ,583     | ,389     | ,164     |
| VAR00004 | ,276     | ,235     | ,487     | 1,000    | ,443     | ,235     | ,349     | ,526     | ,328     | ,524     |
| VAR00005 | ,668     | ,353     | ,541     | ,443     | 1,000    | ,393     | ,328     | ,370     | ,510     | ,470     |
| VAR00006 | ,417     | ,332     | ,334     | ,235     | ,393     | 1,000    | ,140     | ,356     | ,617     | ,221     |
| VAR00007 | ,221     | ,608     | ,079     | ,349     | ,328     | ,140     | 1,000    | ,221     | ,154     | ,517     |
| VAR00008 | ,344     | ,037     | ,583     | ,526     | ,370     | ,356     | ,221     | 1,000    | ,441     | ,536     |
| VAR00009 | ,489     | ,265     | ,389     | ,328     | ,510     | ,617     | ,154     | ,441     | 1,000    | ,307     |
| VAR00010 | ,286     | ,451     | ,164     | ,524     | ,470     | ,221     | ,517     | ,536     | ,307     | 1,000    |

**Inter-Item Covariance Matrix**

|          | VAR00001 | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00007 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| VAR00001 | ,538     | ,129     | ,212     | ,131     | ,330     | ,165     | ,094     | ,143     | ,229     | ,164     |
| VAR00002 | ,129     | ,230     | ,005     | ,073     | ,114     | ,086     | ,169     | ,010     | ,081     | ,169     |
| VAR00003 | ,212     | ,005     | ,433     | ,208     | ,239     | ,118     | ,030     | ,218     | ,163     | ,084     |
| VAR00004 | ,131     | ,073     | ,208     | ,421     | ,193     | ,082     | ,131     | ,194     | ,136     | ,266     |

|          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| VAR00005 | ,330 | ,114 | ,239 | ,193 | ,452 | ,142 | ,128 | ,141 | ,218 | ,247 |
| VAR00006 | ,165 | ,086 | ,118 | ,082 | ,142 | ,291 | ,044 | ,109 | ,212 | ,093 |
| VAR00007 | ,094 | ,169 | ,030 | ,131 | ,128 | ,044 | ,336 | ,073 | ,057 | ,235 |
| VAR00008 | ,143 | ,010 | ,218 | ,194 | ,141 | ,109 | ,073 | ,323 | ,160 | ,238 |
| VAR00009 | ,229 | ,081 | ,163 | ,136 | ,218 | ,212 | ,057 | ,160 | ,406 | ,153 |
| VAR00010 | ,164 | ,169 | ,084 | ,266 | ,247 | ,093 | ,235 | ,238 | ,153 | ,612 |

#### Summary Item Statistics

|                         | Mean  | Minimum | Maximum | Range | Maximum /<br>Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|----------------------|----------|------------|
| Item Means              | 4,334 | 4,180   | 4,550   | ,370  | 1,089                | ,014     | 10         |
| Item Variances          | ,404  | ,230    | ,612    | ,382  | 2,663                | ,013     | 10         |
| Inter-Item Correlations | ,364  | ,016    | ,668    | ,652  | 41,738               | ,024     | 10         |

#### Item-Total Statistics

|          | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance<br>if Item Deleted | Corrected Item-<br>Total<br>Correlation | Squared<br>Multiple<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|---|------------------------------------|--|
| VAR00001 | 38,9700                       | 13,545                            | ,591                                    | ,530                               | ,834                                   |
| VAR00002 | 39,0900                       | 15,376                            | ,445                                    | ,565                               | ,846                                   |
| VAR00003 | 38,8800                       | 14,288                            | ,514                                    | ,605                               | ,841                                   |
| VAR00004 | 39,0700                       | 14,025                            | ,582                                    | ,460                               | ,835                                   |
| VAR00005 | 38,7900                       | 13,319                            | ,714                                    | ,652                               | ,822                                   |
| VAR00006 | 39,1600                       | 14,883                            | ,506                                    | ,450                               | ,841                                   |

|          |         |        |      |      |      |
|----------|---------|--------|------|------|------|
| VAR00007 | 38,9700 | 15,019 | ,427 | ,476 | ,847 |
| VAR00008 | 38,9400 | 14,380 | ,597 | ,655 | ,834 |
| VAR00009 | 39,0600 | 14,057 | ,589 | ,504 | ,834 |
| VAR00010 | 39,1300 | 13,367 | ,577 | ,641 | ,836 |

#### Scale Statistics

| Mean    | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---------|----------|----------------|------------|
| 43,3400 | 17,277   | 4,15658        | 10         |

### Descriptives

#### Descriptive Statistics

|          | N   | Minimum | Maximum | Sum    | Mean   | Std. Deviation | Variance |
|----------|-----|---------|---------|--------|--------|----------------|----------|
| VAR00001 | 100 | 2,00    | 5,00    | 437,00 | 4,3700 | ,73382         | ,538     |
| VAR00002 | 100 | 3,00    | 5,00    | 425,00 | 4,2500 | ,47937         | ,230     |
| VAR00003 | 100 | 3,00    | 5,00    | 446,00 | 4,4600 | ,65782         | ,433     |
| VAR00004 | 100 | 2,00    | 5,00    | 427,00 | 4,2700 | ,64909         | ,421     |
| VAR00005 | 100 | 2,00    | 5,00    | 455,00 | 4,5500 | ,67232         | ,452     |
| VAR00006 | 100 | 3,00    | 5,00    | 418,00 | 4,1800 | ,53899         | ,291     |
| VAR00007 | 100 | 3,00    | 5,00    | 437,00 | 4,3700 | ,58006         | ,336     |
| VAR00008 | 100 | 3,00    | 5,00    | 440,00 | 4,4000 | ,56854         | ,323     |
| VAR00009 | 100 | 2,00    | 5,00    | 428,00 | 4,2800 | ,63691         | ,406     |
| VAR00010 | 100 | 2,00    | 5,00    | 421,00 | 4,2100 | ,78232         | ,612     |



|                    |     |       |       |         |         |         |        |
|--------------------|-----|-------|-------|---------|---------|---------|--------|
| VAR00011           | 100 | 34,00 | 50,00 | 4334,00 | 43,3400 | 4,15658 | 17,277 |
| Valid N (listwise) | 100 |       |       |         |         |         |        |

## Frequencies

|                |         | Statistics |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|----------------|---------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                |         | VAR00001   | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00007 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 |
| N              | Valid   | 100        | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
|                | Missing | 0          | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Mean           |         | 4,3700     | 4,2500   | 4,4600   | 4,2700   | 4,5500   | 4,1800   | 4,3700   | 4,4000   | 4,2800   | 4,2100   |
| Median         |         | 4,5000     | 4,0000   | 5,0000   | 4,0000   | 5,0000   | 4,0000   | 4,0000   | 4,0000   | 4,0000   | 4,0000   |
| Std. Deviation |         | ,73382     | ,47937   | ,65782   | ,64909   | ,67232   | ,53899   | ,58006   | ,56854   | ,63691   | ,78232   |
| Variance       |         | ,538       | ,230     | ,433     | ,421     | ,452     | ,291     | ,336     | ,323     | ,406     | ,610     |
| Minimum        |         | 2,00       | 3,00     | 3,00     | 2,00     | 2,00     | 3,00     | 3,00     | 3,00     | 2,00     | 2,00     |
| Maximum        |         | 5,00       | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     |
| Sum            |         | 437,00     | 425,00   | 446,00   | 427,00   | 455,00   | 418,00   | 437,00   | 440,00   | 428,00   | 421,00   |

## Frequency Table

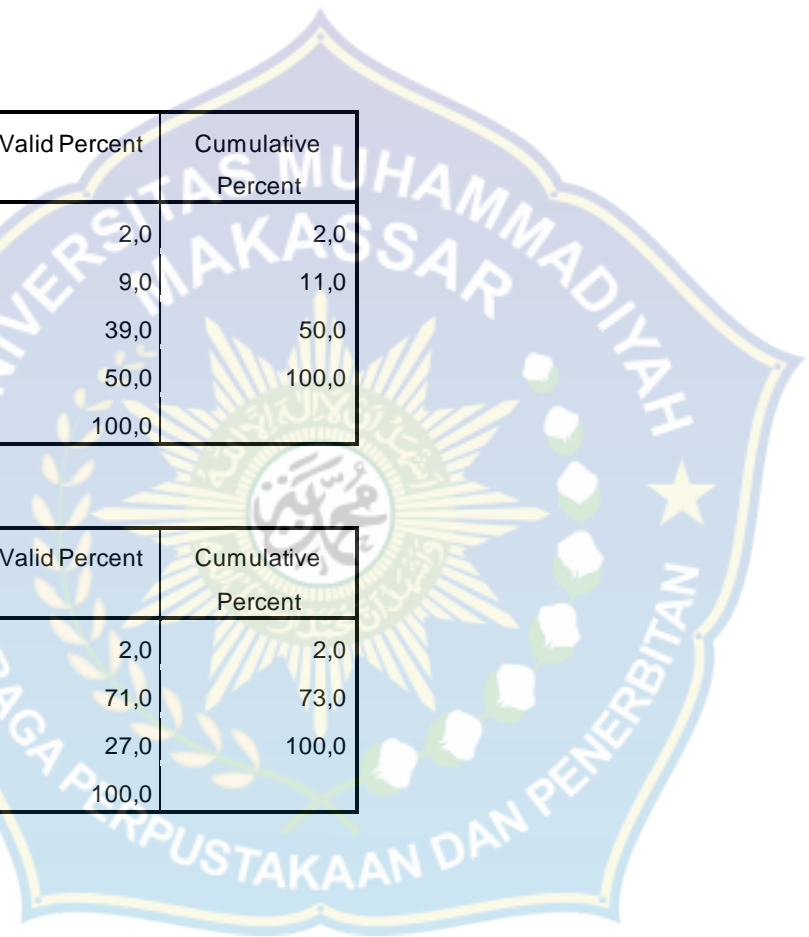
**VAR00001**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       | 2,00      | 2       | 2,0           | 2,0                |
|       | 3,00      | 9       | 9,0           | 11,0               |
| Valid | 4,00      | 39      | 39,0          | 50,0               |
|       | 5,00      | 50      | 50,0          | 100,0              |
| Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00002**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       | 3,00      | 2       | 2,0           | 2,0                |
| Valid | 4,00      | 71      | 71,0          | 73,0               |
|       | 5,00      | 27      | 27,0          | 100,0              |
| Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00003**



|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3,00 | 9         | 9,0     | 9,0           | 9,0                |
| 4,00       | 36        | 36,0    | 36,0          | 45,0               |
| 5,00       | 55        | 55,0    | 55,0          | 100,0              |
| Total      | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00004**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2,00 | 2         | 2,0     | 2,0           | 2,0                |
| 3,00       | 5         | 5,0     | 5,0           | 7,0                |
| 4,00       | 57        | 57,0    | 57,0          | 64,0               |
| 5,00       | 36        | 36,0    | 36,0          | 100,0              |
| Total      | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00005**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2,00 | 2         | 2,0     | 2,0           | 2,0                |
| 3,00       | 4         | 4,0     | 4,0           | 6,0                |
| 4,00       | 31        | 31,0    | 31,0          | 37,0               |

|       |     |       |       |       |
|-------|-----|-------|-------|-------|
| 5,00  | 63  | 63,0  | 63,0  | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 |       |

**VAR00006**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3,00 | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
| 4,00       | 68        | 68,0    | 68,0          | 75,0               |
| 5,00       | 25        | 25,0    | 25,0          | 100,0              |
| Total      | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00007**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3,00 | 5         | 5,0     | 5,0           | 5,0                |
| 4,00       | 53        | 53,0    | 53,0          | 58,0               |
| 5,00       | 42        | 42,0    | 42,0          | 100,0              |
| Total      | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00008**

|  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
|  |           |         |               |                    |

|       |      |     |       |       |       |
|-------|------|-----|-------|-------|-------|
|       | 3,00 | 4   | 4,0   | 4,0   | 4,0   |
| Valid | 4,00 | 52  | 52,0  | 52,0  | 56,0  |
|       | 5,00 | 44  | 44,0  | 44,0  | 100,0 |
| Total |      | 100 | 100,0 | 100,0 |       |

**VAR00009**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       | 2,00      | 2       | 2,0           | 2,0                |
|       | 3,00      | 4       | 4,0           | 6,0                |
| Valid | 4,00      | 58      | 58,0          | 64,0               |
|       | 5,00      | 36      | 36,0          | 100,0              |
| Total |           | 100     | 100,0         | 100,0              |

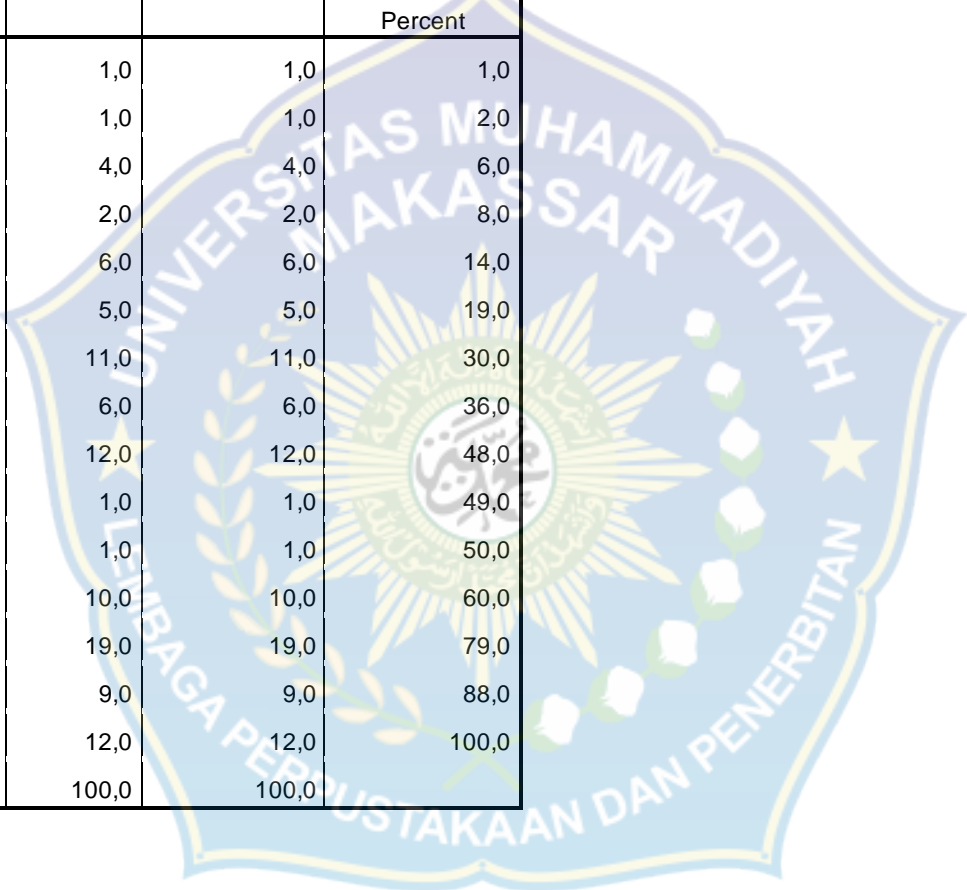
**VAR00010**

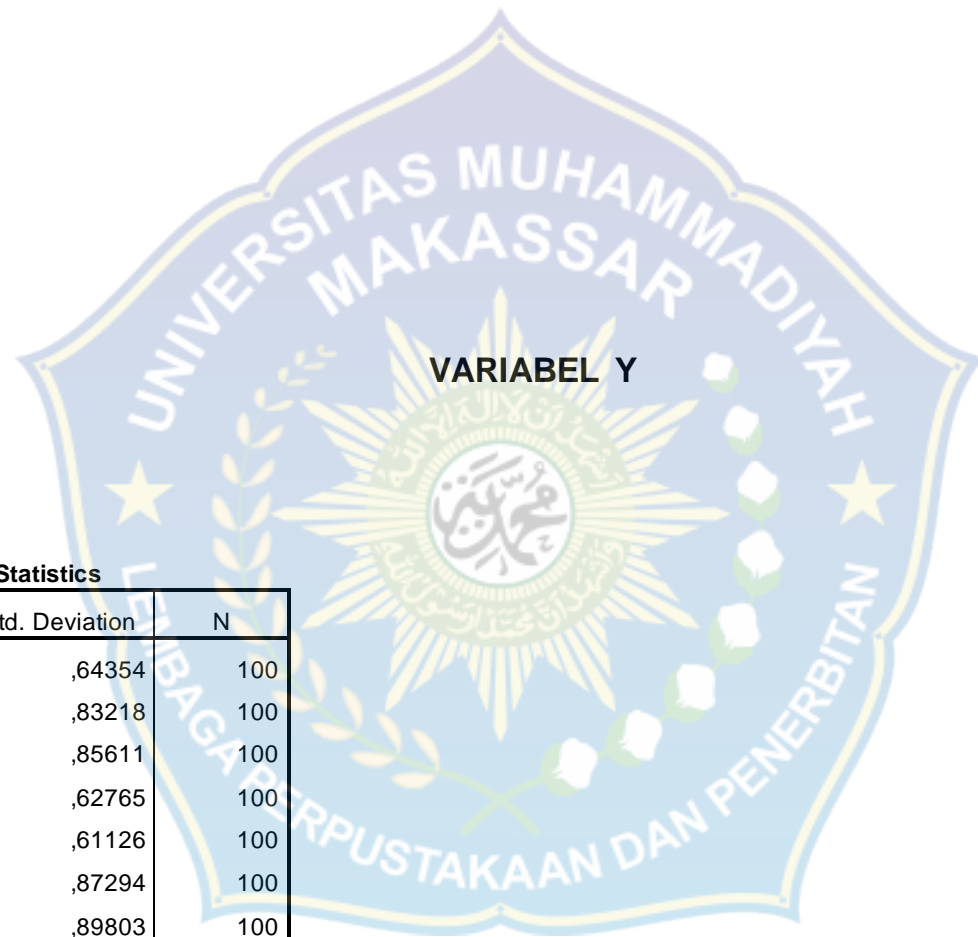
|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       | 2,00      | 1       | 1,0           | 1,0                |
|       | 3,00      | 19      | 19,0          | 20,0               |
| Valid | 4,00      | 38      | 38,0          | 58,0               |
|       | 5,00      | 42      | 42,0          | 100,0              |
| Total |           | 100     | 100,0         | 100,0              |

**VAR00011**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 34,00 | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
| 35,00 | 1         | 1,0     | 1,0           | 2,0                |
| 36,00 | 4         | 4,0     | 4,0           | 6,0                |
| 37,00 | 2         | 2,0     | 2,0           | 8,0                |
| 38,00 | 6         | 6,0     | 6,0           | 14,0               |
| 39,00 | 5         | 5,0     | 5,0           | 19,0               |
| 40,00 | 11        | 11,0    | 11,0          | 30,0               |
| 41,00 | 6         | 6,0     | 6,0           | 36,0               |
| 42,00 | 12        | 12,0    | 12,0          | 48,0               |
| 43,00 | 1         | 1,0     | 1,0           | 49,0               |
| 44,00 | 1         | 1,0     | 1,0           | 50,0               |
| 45,00 | 10        | 10,0    | 10,0          | 60,0               |
| 46,00 | 19        | 19,0    | 19,0          | 79,0               |
| 47,00 | 9         | 9,0     | 9,0           | 88,0               |
| 50,00 | 12        | 12,0    | 12,0          | 100,0              |
| Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Valid





**VARIABEL Y**

**Uji Validitas**

**Correlations**

**Descriptive Statistics**

|          | Mean   | Std. Deviation | N   |
|----------|--------|----------------|-----|
| VAR00001 | 4,5000 | ,64354         | 100 |
| VAR00002 | 3,8800 | ,83218         | 100 |
| VAR00003 | 4,1200 | ,85611         | 100 |
| VAR00004 | 4,3000 | ,62765         | 100 |
| VAR00005 | 4,4900 | ,61126         | 100 |
| VAR00006 | 4,1600 | ,87294         | 100 |
| VAR00007 | 4,0400 | ,89803         | 100 |





|          |                                   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----------|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| VAR00002 | Pearson Correlation               | ,377** | 1      | ,417** | ,186   | ,236*  | ,374** | ,520** | ,468** | ,148   | ,175   |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000   |        | ,000   | ,064   | ,018   | ,000   | ,000   | ,000   | ,142   | ,082   |
|          | Sum of Squares and Cross-products | 20,000 | 68,560 | 29,440 | 9,600  | 11,880 | 26,920 | 38,480 | 38,200 | 7,360  | 8,280  |
|          | Covariance                        | ,202   | ,693   | ,297   | ,097   | ,120   | ,272   | ,389   | ,386   | ,074   | ,084   |
|          | N                                 | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| VAR00003 | Pearson Correlation               | ,458** | ,417** | 1      | ,383** | ,427** | ,461** | ,322** | ,236*  | ,286** | ,344** |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,000   | ,000   | ,001   | ,018   | ,004   | ,000   |



|          |                                   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----------|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| VAR00005 | Pearson                           |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|          | Correlation                       | ,526** | ,236*  | ,427** | ,429** | 1      | ,401** | ,185   | ,002   | ,308** | ,703** |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000   | ,018   | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,066   | ,987   | ,002   | ,000   |
|          | Sum of Squares and Cross-products | 20,500 | 11,880 | 22,120 | 16,300 | 36,990 | 21,160 | 10,040 | ,100   | 11,280 | 24,440 |
|          | Covariance                        | ,207   | ,120   | ,223   | ,165   | ,374   | ,214   | ,101   | ,001   | ,114   | ,247   |
| N        | 100                               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| VAR00006 | Pearson                           |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|          | Correlation                       | ,450** | ,374** | ,461** | ,299** | ,401** | 1      | ,430** | ,320** | ,374** | ,322** |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000   | ,000   | ,000   | ,003   | ,000   |        | ,000   | ,001   | ,000   | ,001   |



|          |                                   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
|----------|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| VAR00008 | Pearson Correlation               | ,428** | ,468** | ,236*  | ,293** | ,002   | ,320** | ,655** | 1      | ,240*  | -,185   |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000   | ,000   | ,018   | ,003   | ,987   | ,001   | ,000   |        | ,016   | ,066    |
|          | Sum of Squares and Cross-products | 27,000 | 38,200 | 19,800 | 18,000 | ,100   | 27,400 | 57,600 | 97,000 | 14,200 | -10,400 |
|          | Covariance                        | ,273   | ,386   | ,200   | ,182   | ,001   | ,277   | ,582   | ,980   | ,143   | -,105   |
|          | N                                 | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100     |
| VAR00009 | Pearson Correlation               | ,571** | ,148   | ,286** | ,735** | ,308** | ,374** | ,221*  | ,240*  | 1      | ,194    |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000   | ,142   | ,004   | ,000   | ,002   | ,000   | ,027   | ,016   |        | ,053    |





|          |                                   |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |
|----------|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| VAR00011 | Pearson Correlation               | ,799**  | ,646**  | ,678**  | ,655**  | ,595**  | ,703**  | ,696**  | ,607**  | ,589**  | ,447**  |
|          | Sig. (2-tailed)                   | ,000    | ,000    | ,000    | ,000    | ,000    | ,000    | ,000    | ,000    | ,000    | ,000    |
|          | Sum of Squares and Cross-products | 247,500 | 258,720 | 279,280 | 197,700 | 174,810 | 295,040 | 300,760 | 288,900 | 171,320 | 123,360 |
|          | Covariance                        | 2,500   | 2,613   | 2,821   | 1,997   | 1,766   | 2,980   | 3,038   | 2,918   | 1,731   | 1,246   |
|          | N                                 | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability

**Scale: ALL VARIABLES**

### Case Processing Summary

|       |       | N   | %     |
|-------|-------|-----|-------|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |

|                       |     |       |
|-----------------------|-----|-------|
| Excluded <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
| Total                 | 100 | 100,0 |

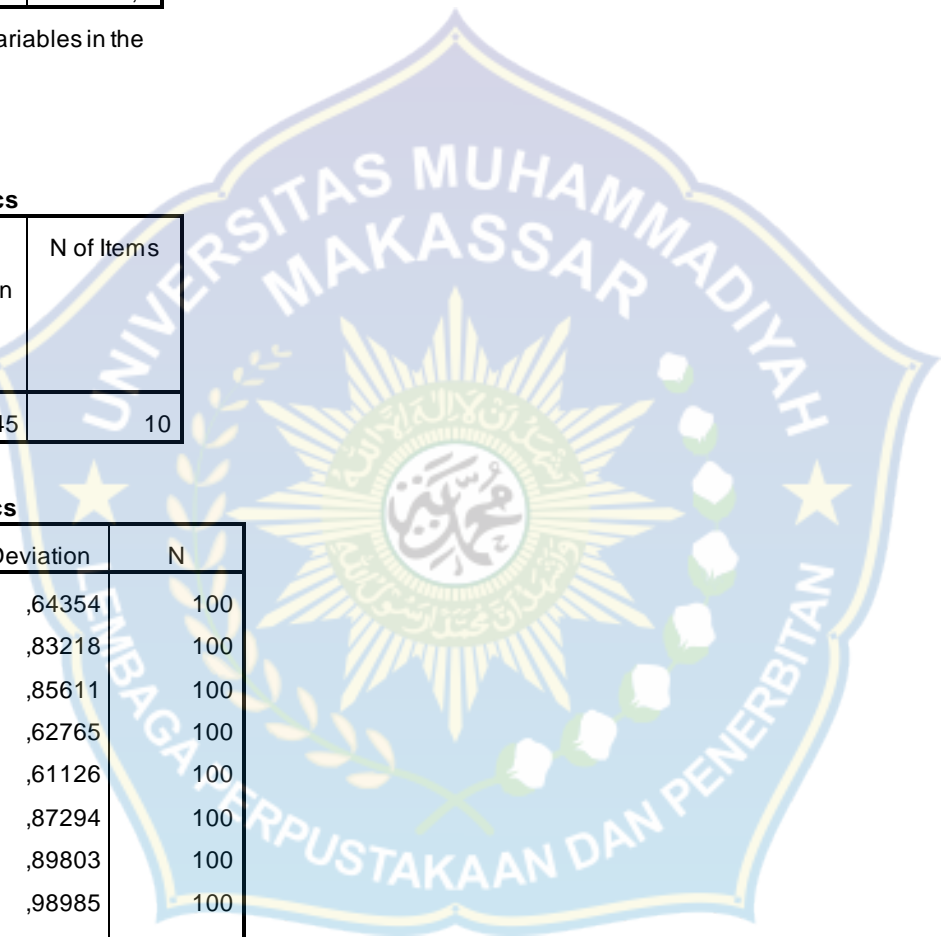
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,836             | ,845   | 10         |

#### Item Statistics

|          | Mean   | Std. Deviation | N   |
|----------|--------|----------------|-----|
| VAR00001 | 4,5000 | ,64354         | 100 |
| VAR00002 | 3,8800 | ,83218         | 100 |
| VAR00003 | 4,1200 | ,85611         | 100 |
| VAR00004 | 4,3000 | ,62765         | 100 |
| VAR00005 | 4,4900 | ,61126         | 100 |
| VAR00006 | 4,1600 | ,87294         | 100 |
| VAR00007 | 4,0400 | ,89803         | 100 |
| VAR00008 | 4,1000 | ,98985         | 100 |
| VAR00009 | 4,2800 | ,60436         | 100 |





|          |        |        |     |
|----------|--------|--------|-----|
| VAR00010 | 4,4400 | ,57419 | 100 |
|----------|--------|--------|-----|

**Inter-Item Correlation Matrix**

|          | VAR00001 | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00007 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| VAR00001 | 1,000    | ,377     | ,458     | ,650     | ,526     | ,450     | ,454     | ,428     | ,571     | ,410     |
| VAR00002 | ,377     | 1,000    | ,417     | ,186     | ,236     | ,374     | ,520     | ,468     | ,148     | ,175     |
| VAR00003 | ,458     | ,417     | 1,000    | ,383     | ,427     | ,461     | ,322     | ,236     | ,286     | ,344     |
| VAR00004 | ,650     | ,186     | ,383     | 1,000    | ,429     | ,299     | ,265     | ,293     | ,735     | ,275     |
| VAR00005 | ,526     | ,236     | ,427     | ,429     | 1,000    | ,401     | ,185     | ,002     | ,308     | ,703     |
| VAR00006 | ,450     | ,374     | ,461     | ,299     | ,401     | 1,000    | ,430     | ,320     | ,374     | ,322     |
| VAR00007 | ,454     | ,520     | ,322     | ,265     | ,185     | ,430     | 1,000    | ,655     | ,221     | ,083     |
| VAR00008 | ,428     | ,468     | ,236     | ,293     | ,002     | ,320     | ,655     | 1,000    | ,240     | -,185    |
| VAR00009 | ,571     | ,148     | ,286     | ,735     | ,308     | ,374     | ,221     | ,240     | 1,000    | ,194     |
| VAR00010 | ,410     | ,175     | ,344     | ,275     | ,703     | ,322     | ,083     | -,185    | ,194     | 1,000    |

**Inter-Item Covariance Matrix**

|          | VAR00001 | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00007 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| VAR00001 | ,414     | ,202     | ,253     | ,263     | ,207     | ,253     | ,263     | ,273     | ,222     | ,152     |
| VAR00002 | ,202     | ,693     | ,297     | ,097     | ,120     | ,272     | ,389     | ,386     | ,074     | ,084     |
| VAR00003 | ,253     | ,297     | ,733     | ,206     | ,223     | ,344     | ,248     | ,200     | ,148     | ,169     |
| VAR00004 | ,263     | ,097     | ,206     | ,394     | ,165     | ,164     | ,149     | ,182     | ,279     | ,099     |
| VAR00005 | ,207     | ,120     | ,223     | ,165     | ,374     | ,214     | ,101     | ,001     | ,114     | ,247     |
| VAR00006 | ,253     | ,272     | ,344     | ,164     | ,214     | ,762     | ,337     | ,277     | ,197     | ,161     |
| VAR00007 | ,263     | ,389     | ,248     | ,149     | ,101     | ,337     | ,806     | ,582     | ,120     | ,043     |

|          |      |      |      |      |      |      |      |       |      |       |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|-------|
| VAR00008 | ,273 | ,386 | ,200 | ,182 | ,001 | ,277 | ,582 | ,980  | ,143 | -,105 |
| VAR00009 | ,222 | ,074 | ,148 | ,279 | ,114 | ,197 | ,120 | ,143  | ,365 | ,067  |
| VAR00010 | ,152 | ,084 | ,169 | ,099 | ,247 | ,161 | ,043 | -,105 | ,067 | ,330  |

#### Summary Item Statistics

|                         | Mean  | Minimum | Maximum | Range | Maximum /<br>Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|----------------------|----------|------------|
| Item Means              | 4,231 | 3,880   | 4,500   | ,620  | 1,160                | ,043     | 10         |
| Item Variances          | ,585  | ,330    | ,980    | ,650  | 2,972                | ,055     | 10         |
| Inter-Item Correlations | ,352  | -,185   | ,735    | ,920  | -3,976               | ,031     | 10         |

#### Item-Total Statistics

|          | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance<br>if Item Deleted | Corrected Item-<br>Total<br>Correlation | Squared<br>Multiple<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|---|------------------------------------|--|
| VAR00001 | 37,8100                       | 19,024                            | ,743                                    | ,636                               | ,804                                   |
| VAR00002 | 38,4300                       | 19,076                            | ,528                                    | ,391                               | ,821                                   |
| VAR00003 | 38,1900                       | 18,701                            | ,564                                    | ,375                               | ,817                                   |
| VAR00004 | 38,0100                       | 20,010                            | ,571                                    | ,651                               | ,818                                   |
| VAR00005 | 37,8200                       | 20,452                            | ,504                                    | ,594                               | ,824                                   |
| VAR00006 | 38,1500                       | 18,412                            | ,592                                    | ,407                               | ,814                                   |
| VAR00007 | 38,2700                       | 18,341                            | ,580                                    | ,530                               | ,816                                   |
| VAR00008 | 38,2100                       | 18,753                            | ,452                                    | ,594                               | ,833                                   |
| VAR00009 | 38,0300                       | 20,514                            | ,499                                    | ,591                               | ,824                                   |

|          |         |        |      |      |      |
|----------|---------|--------|------|------|------|
| VAR00010 | 37,8700 | 21,448 | ,345 | ,577 | ,835 |
|----------|---------|--------|------|------|------|

### Scale Statistics

| Mean    | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---------|----------|----------------|------------|
| 42,3100 | 23,610   | 4,85901        | 10         |

### Descriptives

#### Descriptive Statistics

|          | N   | Minimum | Maximum | Sum    | Mean   | Std. Deviation | Variance |
|----------|-----|---------|---------|--------|--------|----------------|----------|
| VAR00001 | 100 | 2,00    | 5,00    | 450,00 | 4,5000 | ,64354         | ,414     |
| VAR00002 | 100 | 2,00    | 5,00    | 388,00 | 3,8800 | ,83218         | ,693     |
| VAR00003 | 100 | 2,00    | 5,00    | 412,00 | 4,1200 | ,85611         | ,733     |
| VAR00004 | 100 | 2,00    | 5,00    | 430,00 | 4,3000 | ,62765         | ,394     |
| VAR00005 | 100 | 3,00    | 5,00    | 449,00 | 4,4900 | ,61126         | ,374     |
| VAR00006 | 100 | 2,00    | 5,00    | 416,00 | 4,1600 | ,87294         | ,762     |
| VAR00007 | 100 | 2,00    | 5,00    | 404,00 | 4,0400 | ,89803         | ,806     |
| VAR00008 | 100 | 2,00    | 5,00    | 410,00 | 4,1000 | ,98985         | ,980     |

|                    |     |       |       |         |         |         |        |
|--------------------|-----|-------|-------|---------|---------|---------|--------|
| VAR00009           | 100 | 2,00  | 5,00  | 428,00  | 4,2800  | ,60436  | ,365   |
| VAR00010           | 100 | 3,00  | 5,00  | 444,00  | 4,4400  | ,57419  | ,330   |
| VAR00011           | 100 | 32,00 | 50,00 | 4231,00 | 42,3100 | 4,85901 | 23,610 |
| Valid N (listwise) | 100 |       |       |         |         |         |        |

## Frequencies

|                |         | Statistics |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|----------------|---------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                |         | VAR00001   | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00007 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 |
| N              | Valid   | 100        | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
|                | Missing | 0          | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Mean           |         | 4,5000     | 3,8800   | 4,1200   | 4,3000   | 4,4900   | 4,1600   | 4,0400   | 4,1000   | 4,2800   | 4,4400   |
| Median         |         | 5,0000     | 4,0000   | 4,0000   | 4,0000   | 5,0000   | 4,0000   | 4,0000   | 4,0000   | 4,0000   | 4,0000   |
| Std. Deviation |         | ,64354     | ,83218   | ,85611   | ,62765   | ,61126   | ,87294   | ,89803   | ,98985   | ,60436   | ,57419   |
| Variance       |         | ,414       | ,693     | ,733     | ,394     | ,374     | ,762     | ,806     | ,980     | ,365     | ,330     |
| Minimum        |         | 2,00       | 2,00     | 2,00     | 2,00     | 3,00     | 2,00     | 2,00     | 2,00     | 2,00     | 3,00     |
| Maximum        |         | 5,00       | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     | 5,00     |
| Sum            |         | 450,00     | 388,00   | 412,00   | 430,00   | 449,00   | 416,00   | 404,00   | 410,00   | 428,00   | 444,00   |

## Frequency Table

VAR00001

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       | 2,00      | 1       | 1,0           | 1,0                |
|       | 3,00      | 5       | 5,0           | 6,0                |
| Valid | 4,00      | 37      | 37,0          | 43,0               |
|       | 5,00      | 57      | 57,0          | 100,0              |
| Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00002**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       | 2,00      | 4       | 4,0           | 4,0                |
|       | 3,00      | 29      | 29,0          | 33,0               |
| Valid | 4,00      | 42      | 42,0          | 75,0               |
|       | 5,00      | 25      | 25,0          | 100,0              |
| Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00003**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2,00      | 9       | 9,0           | 9,0                |
|       | 3,00      | 4       | 4,0           | 13,0               |

|       |     |       |       |       |
|-------|-----|-------|-------|-------|
| 4,00  | 53  | 53,0  | 53,0  | 66,0  |
| 5,00  | 34  | 34,0  | 34,0  | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 |       |

**VAR00004**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 2,00       | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
| 3,00       | 6         | 6,0     | 6,0           | 7,0                |
| Valid 4,00 | 55        | 55,0    | 55,0          | 62,0               |
| 5,00       | 38        | 38,0    | 38,0          | 100,0              |
| Total      | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00005**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 3,00       | 6         | 6,0     | 6,0           | 6,0                |
| Valid 4,00 | 39        | 39,0    | 39,0          | 45,0               |
| 5,00       | 55        | 55,0    | 55,0          | 100,0              |
| Total      | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00006**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       | 2,00      | 5       | 5,0           | 5,0                |
|       | 3,00      | 16      | 16,0          | 21,0               |
| Valid | 4,00      | 37      | 37,0          | 58,0               |
|       | 5,00      | 42      | 42,0          | 100,0              |
| Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00007**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       | 2,00      | 6       | 6,0           | 6,0                |
|       | 3,00      | 20      | 20,0          | 26,0               |
| Valid | 4,00      | 38      | 38,0          | 64,0               |
|       | 5,00      | 36      | 36,0          | 100,0              |
| Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00008**

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2,00      | 13      | 13,0          | 13,0               |
|       | 3,00      | 5       | 5,0           | 18,0               |

|       |     |       |       |       |
|-------|-----|-------|-------|-------|
| 4,00  | 41  | 41,0  | 41,0  | 59,0  |
| 5,00  | 41  | 41,0  | 41,0  | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 |       |

**VAR00009**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 2,00       | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
| 3,00       | 5         | 5,0     | 5,0           | 6,0                |
| Valid 4,00 | 59        | 59,0    | 59,0          | 65,0               |
| 5,00       | 35        | 35,0    | 35,0          | 100,0              |
| Total      | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00010**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 3,00       | 4         | 4,0     | 4,0           | 4,0                |
| Valid 4,00 | 48        | 48,0    | 48,0          | 52,0               |
| 5,00       | 48        | 48,0    | 48,0          | 100,0              |
| Total      | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**VAR00011**



|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 32,00 | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
| 35,00 | 10        | 10,0    | 10,0          | 11,0               |
| 36,00 | 4         | 4,0     | 4,0           | 15,0               |
| 37,00 | 9         | 9,0     | 9,0           | 24,0               |
| 38,00 | 5         | 5,0     | 5,0           | 29,0               |
| 39,00 | 8         | 8,0     | 8,0           | 37,0               |
| 40,00 | 5         | 5,0     | 5,0           | 42,0               |
| 41,00 | 3         | 3,0     | 3,0           | 45,0               |
| 42,00 | 2         | 2,0     | 2,0           | 47,0               |
| 43,00 | 1         | 1,0     | 1,0           | 48,0               |
| 44,00 | 5         | 5,0     | 5,0           | 53,0               |
| 45,00 | 6         | 6,0     | 6,0           | 59,0               |
| 46,00 | 20        | 20,0    | 20,0          | 79,0               |
| 47,00 | 12        | 12,0    | 12,0          | 91,0               |
| 48,00 | 1         | 1,0     | 1,0           | 92,0               |
| 49,00 | 2         | 2,0     | 2,0           | 94,0               |
| 50,00 | 6         | 6,0     | 6,0           | 100,0              |
| Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**UJI DETERMINASI VARIABEL X DAN Y**

## Regression

### Descriptive Statistics

|         | Mean    | Std. Deviation | N   |
|---------|---------|----------------|-----|
| Total_Y | 42,3100 | 4,85901        | 100 |
| Total_X | 43,3400 | 4,15658        | 100 |

### Correlations

|                     |         | Total_Y | Total_X |
|---------------------|---------|---------|---------|
| Pearson Correlation | Total_Y | 1,000   | ,760    |
|                     | Total_X | ,760    | 1,000   |
| Sig. (1-tailed)     | Total_Y | .       | ,000    |
|                     | Total_X | ,000    | .       |
| N                   | Total_Y | 100     | 100     |
|                     | Total_X | 100     | 100     |

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

| Model | Variables Entered    | Variables Removed | Method |
|-------|----------------------|-------------------|--------|
| 1     | Total_X <sup>b</sup> | .                 | Enter  |

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |     |     |               | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|---------------|
|       |                   |          |                   |                            | R Square Change   | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |               |
| 1     | ,760 <sup>a</sup> | ,577     | ,573              | 3,17449                    | ,577              | 133,944  | 1   | 98  | ,000          | 1,412         |

a. Predictors: (Constant), Total\_X

b. Dependent Variable: Total\_Y

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 1349,804       | 1  | 1349,804    | 133,944 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 987,586        | 98 | 10,077      |         |                   |
|       | Total      | 2337,390       | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Correlations |         |      |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|--------------|---------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Zero-order   | Partial | Part |
| 1     | (Constant) | 3,809                       | 3,342      |                           | 1,140  | ,257 |              |         |      |
|       | Total_X    | ,888                        | ,077       | ,760                      | 11,573 | ,000 | ,760         | ,760    | ,760 |

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

|                      | Minimum  | Maximum | Mean    | Std. Deviation | N   |
|----------------------|----------|---------|---------|----------------|-----|
| Predicted Value      | 34,0129  | 48,2264 | 42,3100 | 3,69248        | 100 |
| Residual             | -5,89631 | 9,98714 | ,00000  | 3,15842        | 100 |
| Std. Predicted Value | -2,247   | 1,602   | ,000    | 1,000          | 100 |
| Std. Residual        | -1,857   | 3,146   | ,000    | ,995           | 100 |

a. Dependent Variable: Total\_Y



## BIOGRAFI PENULIS



**MUH. SUHDI.** Dilahirkan di Bulukumba pada tanggal 10 maret 1996 dari pasangan ayahanda Bohari dan Ibunda Ramliah. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Penulis tamat sekolah dasar pada tahun 2008 di SDN. 226 Balleanging, tamat SMPN. 4 Bulukumba pada tahun 2011, dan tamat SMAN. 15 Bulukumba pada tahun 2014, pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan Strata satu (S1) di salah satu Universitas di kota Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar merupakan tempat saya melanjutkan pendidikan khususnya di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR  
LEMBAGA PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN