

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI KERJA
TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN MELALUI KINERJA
KARYAWAN PADA KOPERASI KARYAWAN
PT GULA PUTIH MATARAM**

(Skripsi)

Oleh
FRANCISCA MARGARETTA



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

ABSTRAK

KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN MELALUI KINERJA KOPERASI KARYAWAN

Oleh

Francisca Margaretta

Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas karyawan adalah motivasi kerja masing-masing karyawan yang mampu meningkatkan produktivitas kinerja karyawan. Semakin baik produktivitas kinerja karyawan, mempengaruhi kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram. Penelitian ini membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi kerja terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan terbukti adanya. penelitian ini menggunakan analisis jalur, uji T dan uji F. Hasil dalam penelitian ini didapat F_{hitung} sebesar 78,994 dengan F_{tabel} sebesar 3,924 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kadar determinasi sebesar 0,664 atau 66,4%, dengan demikian kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, motivasi kerja dan kinerja karyawan sebesar 66,4% sisanya 33,6% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : Karyawan, Kualitas Pelayanan, Motivasi Kerja, Kinerja, Kepuasan konsumen.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI KERJA
TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN MELALUI KINERJA
KARYAWAN PADA KOPERASI KARYAWAN
PT GULA PUTIH MATARAM**

Oleh
FRANCISCA MARGARETTA

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN
Pada
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi

**: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
MOTIVASI KERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN
MELALUI KINERJA KARYAWAN PADA
KOPERASI KARYAWAN PT
GULA PUTIH MATARAM**

Nama Mahasiswa

:Francisca Margaretta

No. Pokok Mahasiswa

:1213031038

Program Studi

:Pendidikan Ekonomi

Jurusan

:Pendidikan IPS

Fakultas

:Keguruan dan Ilmu Pendidikan



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Drs. Yon Rizal, M.Si.
NIP 1960081 198603 1 005**

**Drs. Tedi Rusman, M.Si.
NIP 19600826 198603 1 001**

**Ketua Jurusan
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

**Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi**

**Drs. Zulkarnain, M.Si.
NIP 19600111 198703 1 001**

**Drs. Tedi Rusman, M.Si.
NIP 19600826 198603 1 001**

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Drs. Yon Rizal, M.Si.

Sekretaris

: Drs. Tedi Rusman, M.Si.

Penguji

Bukan Pembimbing

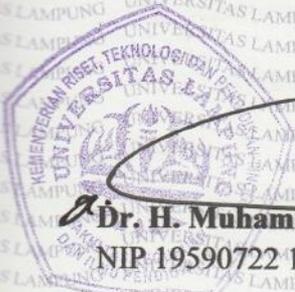
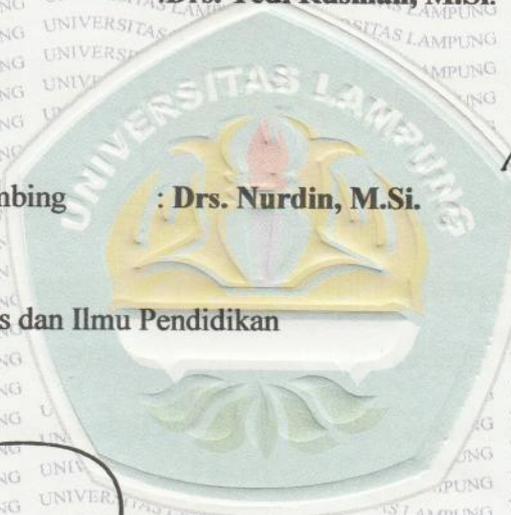
: Drs. Nurdin, M.Si.

2. Dekan Fakultas dan Ilmu Pendidikan

Dr. H. Muhammad Fuzi, M.Hum.

NIP. 19590722 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Maret 2016



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Francisca Margaretta

NPM : 1213031038

Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 30 Maret 2016



Francisca Margaretta
1213031038

RIWAYAT HIDUP



Penulis di lahirkan di Mataram Udik pada tanggal 18 Mei tahun 1994 dengan nama lengkap Francisca Margareta. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Gamaliel Darmuji dan Ibu Sunarti Nazarani.

Penulis menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 02 Tapak Rejo pada tahun 2006, Sekolah Menengah Pertama (SMP) Gula Putih Mataram pada tahun 2009, Sekolah Menengah Atas (SMA) Sugar Group pada tahun 2012.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Pendidikan Ekonomi pada tahun 2012, melalui jalur Mandiri (UM). Selama menjalani perkuliahan penulis mengikuti organisasi luar kampus yaitu, Persekutuan Okuimene Mahasiswa Kristen di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung, dan pernah menjadi anggota Divisi Acara Periode 2012/2013, Ketua Umum Periode 2013/2014 dan Pendamping Pengurus Periode 2014/2015.

PERSEMBAHAN

Puji Tuhan untuk kasih dan rahmat yang Tuhan Yesus berikan, karena cinta

kasih dan penyertaan-Nya, Karya Ilmiah ini dapat terselesaikan.

Kupersembahkan dengan tulus kepada:

Ayah ku Tercinta, Darmuji...

Terimakasih atas doa dan pengorbanannya selama ini yang tiada terhingga.

Semua jerih payah dan kerja kerasmu selama ini aku bisa seperti sekarang.

Kelak aku dapat meringankan bebanmu dan menjadi kebanggaanmu.

Ibu ku Tersayang, Sunarti...

Terimakasih atas doa dan dukungan secara rill dan materi selama ini,

perjuanganmu yang begitu luar biasa hingga aku bisa seperti sekarang. Aku

akan berusaha membuatmu tersenyum,

Adik-adik ku tersayang,

Elsha Patresia Nayomi dan Henoeh Messy Nazar Darma...

Terimakasih atas doa dan dukungan kalian selama ini. Kalian sudah membuatku

bahagia, terutama adik ku Henoeh si bungsu yang memberiku inspirasi.

Sahabat-sahabatku...

Terimakasih atas doa dan semangatnya selama ini. Kalian sudah memberiku

semangat dan motivasi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.

Para pendidik yang kuhormati

Seluruh teman-temanku Pendidikan Ekonomi 2012-2014

Seluruh teman-temanku di masing-masing Fakultas Universitas Lampung

Almamater Tercinta Universitas Lampung

MOTO

Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan,
Tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan.
(Amsal 1:7)

Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya, bahkan Ia
memberikan Kekekalan dalam hati mereka. Tetapi manusia tidak dapat
menyelami pekerjaan yang dilakukan Allah dari awal sampai akhir.
(Pengkotbah 3 : 11)

What is success? I think it is a mixture of having a flair for the thing
that you are doing; knowing that is not enough, that you have got to
have hard work and a certain sense of purpose.
(Margaret Thatcher)

Do not wait for leader;
Do it alone, person to person
(Mother Teresa)

“ Take it Or Leave it”
(Penulis)

SANWACANA

Puji Tuhan, penulisan skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kinerja Karyawan Pada Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram” sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Lampung dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis berharap, karya yang merupakan wujud dari kerja keras, doa dan pemikiran maksimal serta didukung dengan bantuan dan keterlibatan berbagai pihak ini akan bermanfaat dikemudian hari. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Muhammad Fuad, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Abdurrahman, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Bapak Drs. Buchori Asyik, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

4. Bapak Drs. Supriyadi, M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
5. Bapak Drs. Zulkarnain, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di FKIP Unila.
6. Bapak Drs. Tedi Rusman, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
7. Bapak Drs. Yon Rizal, M.Si., selaku Pembimbing Akademik (PA) dan Pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu untuk penyelesaian skripsi ini. Terima Kasih atas segala arahan ilmu pengetahuan yang telah Bapak berikan kepada penulis.
8. Bapak Drs. Tedi Rusman, M.Si., selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini, Terimakasih atas segala arahan Bapak dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Drs. Nurdin, M.Si., selaku dosen pembahas yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas segala arahan dan bimbingan bapak dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen FKIP Universitas Lampung khususnya Program Studi Pendidikan Ekonomi, terima kasih atas bantuan dan bimbingannya serta tiada henti-hentinya mengiatkan penulis untuk terus belajar dan belajar.

11. Ketua I Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram, Bapak H. Triangkasa yang telah memberikan izin dalam melakukan penelitian di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.
12. Kepala Administrasi Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram Ibu Sriyani yang telah meluangkan waktu selama penelitian saya di di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.
13. Karyawan Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram Kak Riwanty Christi Varida Sihaloho yang telah meluangkan waktu dan membantu dalam penyebaran angket di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.
14. Ayah dan Ibuku tercinta untuk seluruh doa, cinta, pengorbanan, cucur keringat, dan bimbingannya yang telah kalian berikan untuk membantuku meraih gelar Sarjana Pendidikan.
15. Adikku Elsha Patresia Nayomi dan Henoch Messy Nazar Darma yang memberi semangat dan dukungan dengan tidak mengganggu dan berlaku baik.
16. Untuk Keluarga, Budhe Asih, Bulek Ning, Mbak Keke, Pika, Kiren, Clara, Mas Dani.
17. Untuk teman-teman terbaik Penulis, Ana, Anis, Uni Anggi, Fitri, Yeni, Maul, Kasma, Kodri, Ade, Fima, Sabeth, Silvi.
18. Teman-teman Pendidikan Ekonomi 2012, 2013, dan 2014 terima kasih atas bantuan, dukungan, motivasi dan kebersamaan selama ini.
19. Untuk pembimbing rohani Kak Wida, Kak Uli, Kak Lena terima kasih untuk semuanya.
20. Teman-teman POMK FKIP, Yosua, Tiurma, Risma, Yudista, Yoesis

21. Adik-adik POMK FKIP, Ricky, Yusan, Yuni, Citra, Fince, Maya, Tabita, Basa, Eric, Yohana, Vera, Selly dan yang lain, terima kasih untuk semuanya.
22. KK-Cantik Manis Kak Wida, Kak Lena dan Adik Maya terima kasih untuk kebersamaanya.
23. Teman-teman KKN Pekon Sumber Alam Kec. Air Hitam, Lampung Barat, Magista, Sueb, Teh Yani, Mak Intan, Sellong, Ita, Teh Mila, Teh Siho, Dongah Tika, senang bisa KKN bersama kalian.
24. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan di atas kertas ini namun penulis berterima kasih atas semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan tangan terbuka dan ucapan terima kasih. Namun, demikian, penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Bandar Lampung, 30 Maret 2016
Penulis

Francisca Margareta

DAFTAR ISI

	Halaman
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	13
G. Ruang Lingkup Penelitian	14
II. TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Kualitas Pelayanan	15
B. Dimensi Kualitas Pelayanan	17
C. Faktor-faktor Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	18
D. Model Kualitas Pelayanan	19
E. Motivasi Kerja	21
F. Pengertian Kepuasan Konsumen	24
G. Kinerja	25
H. Penilaian Kinerja Karyawan	26
I. Tujuan Penilaian Kerja	27
J. Manfaat Penelitian	28
K. Pengukuran Karyawan	28
L. Penelitian Pendahulu	30
M. Kerangka Pikir	32
N. Hipotesis	34
III. METODE PENELITIAN	36
A. Lokasi Penelitian	36
B. Populasi dan Sampel	37
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
D. Definisi Konseptual dan Operasional Penelitian	40
E. Teknik Pengumpulan Data	47

F. Uji Instrumen Penelitian	48
G. Uji Persyaratan Analisis Data	48
H. Uji Kolinieran dan Keberartian Regresi	53
I. Uji Hipotesis	59
J. Persyaratan Analisis Jalur	59
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Profil Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram	64
B. Struktur Organisasi Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram	64
C. Pembahasan	65
D. Analisis Normalitas dan Homogenitas	67
E. Hasil Uji Linear Garis Regresi	70
F. Hasil Uji Multikolinearitas	72
G. Hasil Uji Autokorelasi	74
H. Hasil Heterokedastisitas	75
I. Analisis Data	77
J. Hasil Uji T untuk Pengujian Hipotesis Secara Sendiri-sendiri/Parsial	84
K. Hasil Uji F untuk Pengujian Hipotesis Secara Simultasn (Gabungan)	92
L. Kesimpulan/ Analisis Statistik	94
M. Pembahasan	97
N. Keterbatasan Penelitian	109
V. KESIMPULAN DAN SARAN	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data Kehadiran Pengurus Koperasi Karyawan	3
2. Penjualan Barang Konsumsi Koperasi	4
3. Model Kualitas Jasa	20
4. Proses Motivasi	23
5. Struktur Badan Pengurus Koperasi Karyawan	64
6. Struktur Badan Pengurus Koperasi Karyawan	64
7. Model Diagram Jalur	77
8. Model Persamaan Dua Jalur	77
9. Substruktur I	78
10. Substruktur II	78
11. Substruktur I	80
12. Substruktur II	81
13. Diagram Jalur Lengkap	83
14. Pengaruh Tidak Langsung X1 Terhadap Z Melalui Y	90
15. Pengaruh Tidak Langsung X2 Terhadap Z Melalui Y	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Pendahuluan	30
2. Indikator dan Sub Indikator Variabel	44
3. Tabel Uji Reabilitas	50
4. Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Kelamin	65
5. Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Usia	65
6. Karakteristik Responden Karyawan Koperasi	66
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
8. Rekapitulasi Uji Normalitas	68
9. Rekapitulasi Uji Homogenitas	70
10. Rekapitulasi Uji Linearitas Regresi	72
11. Rekapitulasi Uji Multikolinearitas	73
12. Rekapitulasi Uji Heterosdastisitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kisi-kisi Angket	118
2. Kuesioner Konsumen	119
3. Kuesioner Karyawan	124
4. Rekapitulasi Data	129
5. Uji Normalitas	132
6. Uji Homogenitas	133
7. Uji Linieritas	134
8. Uji Multikolinearitas	136
9. Uji Autokorelasi	137
10. Uji Heteroskedastisitas	138
11. Korelasi X1 dengan X2	139
12. Regresi X1 dengan X2 Terhadap Y	140
13. Regresi Y Terhadap Z	141
14. Regresi X1,X2 dan Y Terhadap Z	142
15. Uji Validitas dan Reabilitas	143
16. T Tabel	145
17. F Tabel	150

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini karyawan dipandang sebagai salah satu aset perusahaan atau organisasi yang penting dan perlu dikelola serta dikembangkan untuk mendukung kelangsungan hidup suatu usaha. Suatu usaha juga dihadapkan pada tantangan besar untuk memenangkan persaingan, sehingga dibutuhkan taktik dan strategi yang akurat. Dalam pemilihan taktik dan strategi, suatu usaha tidak saja memerlukan analisis perubahan lingkungan eksternal seperti demografi, sosial budaya, politik, teknologi, dan persaingan, tetapi juga perlu menganalisis faktor internal.

Ditinjau dari pemberdayaan dan pengelolaan sumber daya manusia, perlu menciptakan lingkungan yang kondusif, imbalan yang layak dan adil, beban kerja yang sesuai dengan keahlian karyawan, sikap dan perilaku dari manajer untuk membentuk produktifitas kerja karyawan.

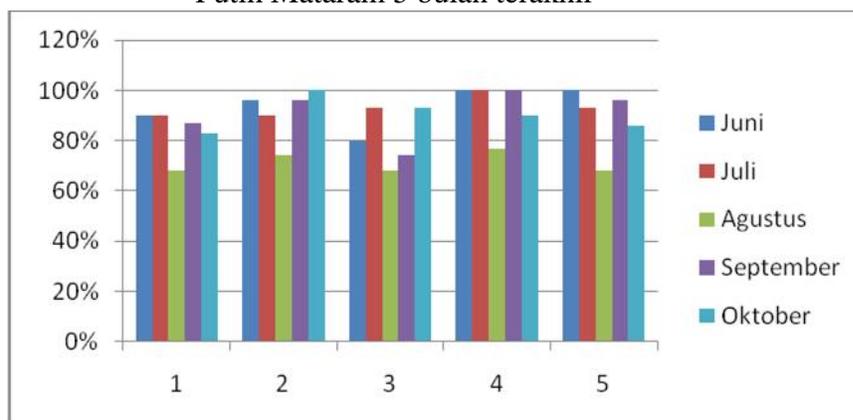
Produktivitas karyawan akan merupakan salah satu kunci pendorong moral dan disiplin serta kinerja karyawan yang akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dalam upaya mewujudkan sasaran perusahaan.

Pelayanan adalah cara melayani, membantu, menyiapkan, atau mengurus keperluan seseorang atau sekelompok orang. Pelayanan umum adalah segala bentuk kegiatan publik yang dilaksanakan oleh aparatur pemerintah di pusat atau di daerah dan di lingkungan (Badan Usaha Negara/Daerah) dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan harapan mereka maupun ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Pelayanan prima atau *service excellence* adalah pelayanan terbaik melebihi, melampaui, mengungguli pelayanan yang diberikan pihak lain atau daripada pelayanan pada waktu yang lalu (Adnyana, 2005).

Koperasi karyawan Gula Putih Mataram yang terbentuk pada tanggal 5 maret 1986 yang berada di Seputih Mataram Kecamatan Seputih Mataram Kabupaten Lampung Tengah Propinsi Lampung. Daerah kerja koperasi ini meliputi lingkungan PT. Gula Putih Mataram. Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram didirikan oleh karyawan PT. Gula Putih Mataram. Guna untuk memenuhi kebutuhan karyawan, karena letak perumahan karyawan yang jauh dari perkotaan. Hal ini yang mendorong terbentuknya Koperasi Karyawan, dimana Koperasi Karyawan ini menyediakan barang dan jasa untuk menunjang kebutuhan karyawan PT. Gula Putih Mataram.

Penyediaan barang dan jasa mempermudah karyawan PT. Gula Putih Mataram dalam mendapatkan barang siap konsumsi maupun jasa yang diperlukan. Peminjaman uang di koperasi merupakan daya tarik bagi sebagian anggota koperasi, meski melalui prosedur yang tidak mudah dalam pelaksanaannya di lapangan, tidak semua pengurus koperasi dapat memberikan pelayanan terbaiknya dengan jumlah pengurus Koperasi Karyawan 30 orang dan jumlah anggota sebanyak 1.493 orang. Hal tersebut menjadi salah satu kendala bagi masing-masing pengurus koperasi, yang mempengaruhi kinerja masing-masing pengurus. Kinerja karyawan adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan kegiatan atau menyempurnakan sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil yang diharapkan (Praseyto Utomo,2006). Adapun data mengenai kehadiran pengurus Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram bisa dilihat dari Gambar 1. berikut ini.

Gambar 1. Data kehadiran pengurus Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram 5 bulan terakhir



Sumber : Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram (telah diolah untuk penelitian ini 2015)

Berdasarkan Gambar 1. selama periode lima bulan terakhir ini terjadi ketidakstabilan kehadiran pengurus Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram. Jika dilihat dari grafik di atas, setiap bulannya pengurus Koperasi Karyawan memiliki motivasi kerja yang berbeda-beda. Hal ini membuktikan bahwa motivasi kerja dibutuhkan dalam suatu pekerja, supaya dapat meningkatkan kualitas pekerjaanya.

Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram memiliki 3 orang pramuniaga, dengan banyaknya keperluan konsumen koperasi, terkadang membuat pramuniaga tidak bisa melayani kosumen secara maksimal. Adapun data di bawah ini mengenai penjualan Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram selama kurun waktu lima bulan terakhir.

Gambar 2. Penjualan Barang konsumsi Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram 5 bulan terakhir



Sumber : Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram (telah diolah untuk penelitian 2015)

Berdasarkan Gambar 2. jumlah penjualan barang konsumsi per item mengalami fluktuasi selama periode lima bulan terakhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen terkadang mengalami ketidakpuasan dalam kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak koperasi. Sehingga

membuat konsumen beralih ke tempat lain. Adapun peningkatan dalam penjualan terjadi di bulan Agustus, karena koperasi menawarkan banyak undian dalam rangka memperingati kemerdekaan Indonesia.

Kepuasan konsumen sebagai suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Beralihnya konsumen ke tempat lain menyebabkan penjualan pada koperasi karyawan menurun, hal itu menunjukkan ketidakpuasan pelanggan (Swastha,2008)

Ketidakpuasan pelanggan disebabkan dari kinerja karyawan, konsumen harus mengambil sendiri barang yang dibutuhkan, salah satunya adalah pengambilan galon air mineral dalam ruangan yang harusnya dilakukan oleh karyawan koperasi, justru dilakukan sendiri oleh konsumen. Terdapat barang siap jual yang mengalami kerusakan tidak segera dibersihkan, sehingga hal tersebut mengganggu kenyamanan konsumen ketika berbelanja.

Koperasi karyawan PT. Gula Putih Mataram menyediakan pelayanan jasa, seperti peminjaman uang dan perentalan mobil. Penyediaan jasa ini menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik pihak anggota maupun Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram. Meski demikian, tetap terjadi kendala yaitu ketika peminjaman uang, anggota harus memiliki surat izin dari masing-masing devisi dimana ia bekerja, slip gaji dan kartu anggota keluarga, hal itu membutuhkan waktu yang cukup lama.

Penyediaan barang dan jasa yang ditawarkan oleh pihak koperasi

membuat para pengurus harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaiknya, untuk mempertahankan eksistensi Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram. Anggota Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram diperbolehkan untuk kas bon dengan menggunakan buku kas bon yang telah disediakan oleh pihak Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram, kemudian anggota karyawan yang melakukan kas bon akan mendapat potongan gaji secara otomatis.

Motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi sering kali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang (Gitosudarmo, 2001). Setiap aktivitas yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki sesuatu faktor yang mendorong aktivitas tersebut. Oleh karena itu, faktor pendorong dari seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu pada umumnya adalah kebutuhan serta keinginan orang tersebut.

Semakin berkembangnya zaman suatu organisasi atau perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan pihak manajemen harus senantiasa memperhatikan faktor-faktor yang mendorong karyawan bekerja dengan produktif, salah satunya yaitu memperhatikan kepuasan kerja karyawan. Salah satu faktor kepuasan kerja karyawan yaitu, dimana karyawan merasa senang dengan pekerjaan yang ia lakukan, sehingga mendorong karyawan untuk menunjukkan produktivitas bekerja. Kenyamanan dan

keamanan dalam lingkungan kerja karyawan, mempengaruhi kapasitas karyawan memberikan pelayanannya terhadap sesama maupun konsumen.

Meningkatnya kualitas pelayanan akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler dan Armstrong (2009). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.

Semakin berkembangnya zaman dan meningkatnya kebutuhan hidup karyawan, berkembanglah toko-toko yang menyediakan barang konsumsi dan jasa kepada karyawan PT. Gula Putih Mataram. Mayoritas staff Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram adalah karyawan lama, hal tersebut membuat Koperasi Karyawan harus memiliki strategi dalam menarik perhatian para konsumen dan mempertahankan eksistensinya.

Beberapa strategi yang digunakan oleh Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram adalah dengan cara mengubah penataan tempat barang siap jual seperti minimarket pada umumnya, memberikan *point* belanja kepada kepada konsumen yang menggunakan kartu anggota koperasi dan memberikan kupon undian belanja bagi setiap pembelian di atas Rp.50.000 setiap bulan Agustus. Hal tersebut merupakan strategi yang

digunakan oleh Koperasi Karyawan dalam menarik minat konsumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang ada, maka penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kinerja Karyawan Pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Karyawan koperasi PT. Gula Putih Mataram mayoritas angkatan lama, sehingga produktivitas karyawan tersebut menurun.
2. Koperasi PT. Gula Putih Mataram sering mengubah tata letak penempatan barang siap jual, sehingga membuat konsumen bingung mencari barang yang dibutuhkan.
3. Koperasi PT. Gula Putih Mataram sering menggunakan peraturan baru, sehingga membuat konsumen bingung akibat sosialisasi peraturan yang baru tidak merata hanya devisi-devisi tertentu yang mengetahuinya.

4. Koperasi PT. Gula Putih Mataram memberikan kupon bagi anggota koperasi yang berbelanja lebih dari Rp. 50.000 pada bulan agustus, dalam rangka memperingati hari ulang tahun kemerdekaan.
5. Konsumen sering pindah tempat belanja ke toko daripada ke Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.
6. Syarat penggunaan jasa di Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram cenderung lebih sulit, karena harus melalui prosedur yang panjang.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kualitas Pelayanan (X_1), Motivasi Kerja (X_2), Kinerja Karyawan (Y), dan Kepuasan Konsumen (Z) pada Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat diketahui bahwa masalah yang dihadapi koperasi karyawan adalah mengenai motivasi kerja karyawan, kualitas pelayanan dan kepuasan

konsumen. Dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian, antara lain :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram?
2. Apakah terdapat pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram?
3. Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan motivasi kerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram?
4. Apakah terdapat pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram?
5. Apakah terdapat pengaruh antara motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram?
6. Apakah terdapat pengaruh antara kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram?
7. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram?
8. Apakah terdapat pengaruh antara motivasi kerja terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram?

9. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi kerja karyawan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram?
10. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, motivasi kerja dan kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara motivasi kerja dengan kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.
3. Untuk mengidentifikasi hubungan antara kualitas pelayanan dan motivasi kerja karyawan pada Koperas Karyawan PT. Gula Putih Mataram.
4. Untuk mengidentifikasi pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.

5. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
6. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
7. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
8. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram
9. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara kualitas pelayanan dan motivasi kerja karyawan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
10. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara kualitas pelayanan, motivasi kerja karyawan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

a. Secara Teoritis

- 1) Bagi penulis, dapat menambah ilmu pengetahuan dan mengembangkan ilmu yang telah didapat selama kuliah, sehingga tercipta wahana ilmiah.
- 2) Bagi para akademisi, dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian dalam menambah ilmu pengetahuan di bidang pendidikan dan bidang bisnis.
- 3) Bagi peneliti lebih lanjut, dapat dijadikan referensi di dalam mengembangkan pengetahuan tentang bisnis dan manajemen pemasaran dalam dunia usaha mengenai kualitas pelayanan, motivasi kerja, kinerja karyawan dan kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

- 1) Bagi Manajer Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram
Sebagai bahan masukan, dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan, motivasi kerja dan kinerja karyawan.
- 2) Bagi Pengurus Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram
Memberikan bahan masukan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan di Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.

3) Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Memberikan bahan pembelajaran bagi mahasiswa ekonomi dalam manajemen pemasaran dan dalam pembuatan suatu bisnis bagi para mahasiswa.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah seluruh anggota koperasi karyawan dan pengurus Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.

2. Objek Penelitian

Kualitas pelayanan, motivasi kerja, kepuasan konsumen dan kinerja karyawan.

3. Tempat Penelitian

Tempat penelitian adalah di Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram, Seputih Mataram Kecamatan Seputih Mataram Kabupaten Lampung Tengah Propinsi Lampung.

4. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 2015/2016

5. Ilmu Penelitian

Manajemen bauran pemasaran jasa.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS

A. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Dessler (2004) kualitas adalah totalitas tampilan dan karakteristik sebuah produk atau pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dicari. Menurut Goetsch dan Davis (2003) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Beraneka ragam definisi mengenai kualitas ini dikarenakan perbedaan perspektif atau pandangan yang digunakan. Parasuraman (2003) mengidentifikasi ada lima alternatif kualitas yaitu sebagai berikut.

a. *Transcendental approach*

Kualitas dalam pendekatan ini dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasikan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam seni musik, tari dan seni rupa. Perusahaan dapat mempromosikan produknya dengan pernyataan-pernyataan seperti tempat belanja yang menyenangkan (supermarket), elegan (mobil),

kecantikan wajah (kosmetik), kelembutan dan kehalusan kulit (sabun mandi). Dengan demikian fungsi fungsi perencanaan, produksi dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

b. Product-base approach

Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikualifikasikan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah berapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan dan preferensi individual.

c. User-based approach

Pendekatan didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Perspektif yang subjektif ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimal yang dirasakannya.

d. Manufacturing-based approach

Perspektif ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerjasama dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai sama dengan persyaratannya. Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitas bersifat operation-driven. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

e. Value-based approach

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli.

Secara umum kualitas merupakan suatu kondisi dinamis dari totalitas tampilan atau karakteristik sebuah produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memenuhi atau melebihi harapan yang dicari.

B. Dimensi Kualitas

Keunggulan suatu produk atau pelayanan tergantung pada kelebihan dari kualitas yang diperlihatkan. Menurut Parasuraman (2003) dimensi kualitas untuk produk manufaktur adalah sebagai berikut.

- a. Kinerja (*performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti. Contohnya kemampuan suatu mobil untuk menambah kecepatan dan kejelasan gambar televisi.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Seperti *one-touch-power windows* untuk mobil.
- c. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f. Tingkat pelayanan (*service ability*) yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Dimensi untuk kualitas jasa menurut Parasuraman (2003) meliputi lima hal sebagai berikut.

- a. Bukti langsung (*tangibles*) yaitu segala sesuatu yang berwujud dan dapat dilihat meliputi beberapa hal sebagai berikut : fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

- b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*) yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
- e. Empati yaitu rasa memahami dan kepedulian meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas

Kualitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, oleh karena itu pihak perusahaan atau organisasi harus memperhatikan semua elemen-elemen yang penting dalam penerapan atau pencapaian kualitas. Menurut Ariani (2003) pencapaian total kualitas memerlukan delapan elemen sebagai berikut.

- a. Fokus pada pelanggan yaitu dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan harapan.
- b. Komitmen jangka panjang, agar seluruh karyawan juga mau melaksanakan hal yang sama dengan terlibat secara penuh dalam seluruh proses yang ada.
- c. Kepemimpinan dan dukungan manajemen puncak, dengan memberikan dukungan tenaga, pikiran, perencanaan strategik, gaya serta perbaikan secara berkesinambungan.
- d. Pemberdayaan seluruh personil dan kerja tim, yaitu dengan mendorong partisipasi seluruh karyawan untuk mencapai sasaran kualitas, termasuk perbaikan pelayanan dan penyelesaian masalah.
- e. Komunikasi efektif yaitu dengan mengadakan hubungan komunikasi baik secara formal maupun informal dan komunikasi vertikal maupun horizontal.
- f. Kepercayaan dan analisis proses secara statistik, yang memungkinkan organisasi melakukan tindakan perbaikan, menetapkan prioritas dan mengevaluasi kemajuan yang dicapai.

- g. Komitmen terhadap perbaikan yaitu dengan membangun kesadaran untuk mengadakan perbaikan melalui pendidikan dan pelatihan karyawan.
- h. Mendukung pemberian penghargaan yaitu penghargaan yang bukan hanya berupa upah atau gaji, melainkan penghargaan yang berupa pujian, dukungan saran, maupun kritik membangun.

Menurut Ariani (2003) manajemen harus menyediakan sumber daya yang cukup dan tepat untuk menerapkan sistem kualitas. Untuk memacu motivasi, pengembangan, komunikasi dan performansi personil, manajer harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut.

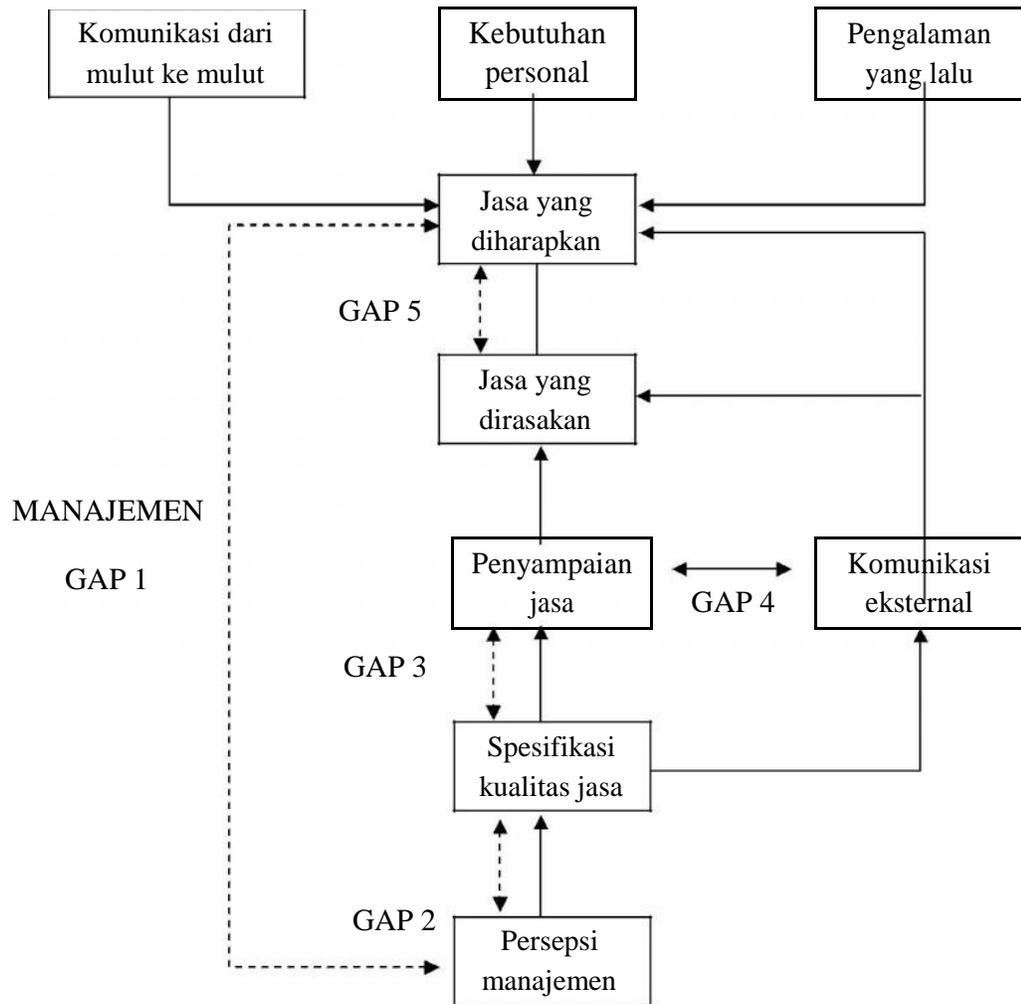
- a. Memilih personil berdasarkan kemampuan untuk memenuhi spesifikasi jabatan.
- b. Memberikan lingkungan kerja yang mendukung kesempurnaan dalam hubungan kerja baik.
- c. Merealisasikan kemampuan setiap anggota organisasi secara konsisten, metode kerja yang kreatif, dan kesempatan untuk berpartisipasi seluas mungkin.
- d. Menjamin bahwa tugas-tugas dapat terlaksana dengan baik, tujuan dapat dimengerti termasuk bagaimana mereka mempengaruhi kualitas.
- e. Melibatkan semua personil dan menciptakan kualitas jasa bagi pelanggan.
- f. Menyusun kegiatan terencana untuk memperbaiki kualitas personil.
- g. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi personil untuk menyediakan kualitas jasa (*service*).
- h. Menerapkan perencanaan karir dan pengembangan personil.

D. Model Kualitas Jasa

Parasuraman (2003) merumuskan model kualitas jasa yang menyoroti pernyataan-pernyataan utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Model ini mengidentifikasi lima gap yang menyebabkan

kegagalan *delivery* jasa.

Seperti Gambar. 3



Sumber : Parasuraman, (2003)

Gambar.3
Model Kualitas Jasa

Dari Gambar.3 dapat kita lihat kelima GAP tersebut adalah sebagai berikut.

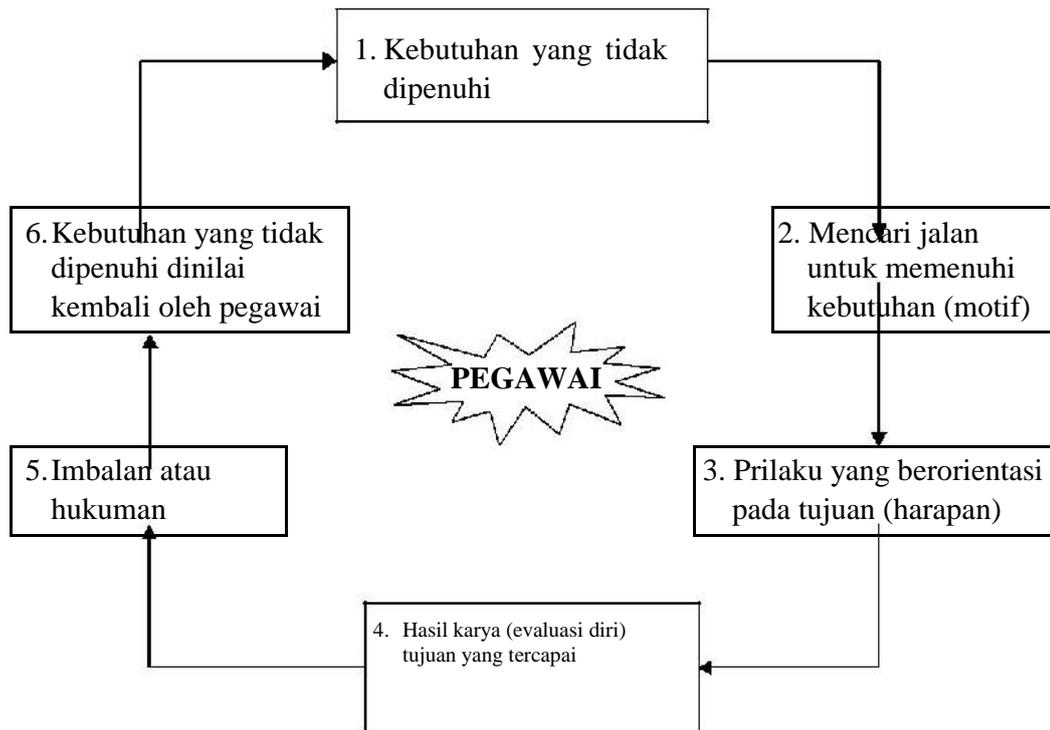
- 1) GAP 1
GAP 1 yaitu gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. GAP Ini terjadi karena manajemen tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat.
- 2) GAP 2
GAP 2 yaitu gap antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa. Dalam hal ini manajemen mungkin mampu merasakan secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi pihak manajemen tersebut tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu.
- 3) GAP 3
GAP 3 yaitu antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Gap ini dapat terjadi karena karyawan perusahaan mungkin kurang dilatih atau bekerja melampaui batas dan tidak dapat atau tidak mau untuk memenuhi standar.
- 4) GAP 4
GAP 4 yaitu antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan-pernyataan yang dibuat oleh wakil dan iklan perusahaan.
- 5) GAP 5
GAP 5 yaitu antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Gap ini terjadi bila konsumen mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan dan salah dalam mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

E. Motivasi Kerja

Motivasi kerja sering dipakai untuk menyebutkan motivasi dalam lingkungan kerja. Dalam manajemen sering dipakai untuk menerangkan motivasi yang ada kaitannya dengan pekerjaan. Batasan motivasi sebagai proses dimana perilaku digerakkan dan diarahkan. Batasan tersebut bisa diartikan bahwa motivasi adalah pemberian atau penimbulkan motif. Dapat pula diartikan sebagai keadaan menjadi motif. Batasan ini menyebabkan motivasi kerja yang dalam psikologi karya biasa disebut pendorong semangat kerja (Yukl, 2005)

Pengertian diatas dapat menerangkan mengapa seorang karyawan bersedia melakukan suatu pekerjaan pada suatu lembaga. Kesiediaan ini tentu karena ada dorongan, motif atau perangsang dalam diri seorang karyawan. Lebih konkrit lagi, bahwa dorongan atau motif itu berupa kebutuhan yang timbul dalam diri seorang karyawan yang dipenuhi dengan cara bekerja. Menurut Handoko (2001) pandangan sistem mengenai motivasi dalam organisasi bahwa motivasi kerja seorang karyawan sebagai suatu sistem yang terdiri dari elemen-elemen yang berhubungan dan bergantung antara yang satu dengan yang lainnya, tetapi bila berbagai elemen tersebut berinteraksi maka akan membentuk suatu kesatuan yang menyeluruh. Motivasi kerja seorang karyawan akan terbangun oleh lingkungan kerja secara internal dan eksternal, jika lingkungan kerja mendukung, akan membuat kinerja karyawan meningkat dalam memberikan kualitas pelayanan.

Pandangan sistem mengenai motivasi ini memberikan manajer suatu cara dalam memandang motivasi para karyawan sebagai suatu keseluruhan dan sebagian bagian dari pengarahan dan pengembangan organisasi. Menurut Hasibuan (2007) proses motivasi dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar. 4
Proses Motivasi
 (Hasibuan,2007)

Motif adalah suatu perangsang keinginan (*want*) dan daya penggerak kemauan bekerja seseorang. Setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Motif merupakan suatu dorongan kebutuhan dalam diri karyawan yang perlu dipenuhi agar karyawan tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya.

Pelaksanaan motivasi memerlukan penerapan prinsip-prinsip motivasi, yang menurut Hasibuan (2007) dibedakan sebagai berikut. Prinsip mengikut sertakan bawahan. Diberi kesempatan dalam memberikan ide-ide, gagasan-gagasan, pembuatan keputusan-keputusan, para pegawai mereka ikut bertanggung jawab dan disiplin kerja meningkat.

1. Prinsip komunikasi
Komunikasi merupakan hal yang penting dalam organisasi. Melalui komunikasi yang baik, maka motivasi untuk mencapai hasil-hasil mempunyai kecenderungan kerja meningkat.
2. Prinsip pengakuan
Pemimpin yang mengakui hasil pekerjaan karyawan dan memberi penghargaan atas sumbangan terhadap hasil yang dicapai, maka semangat kerja akan meningkat.
3. Prinsip wewenang yang didelegasikan
Pemberian tugas pekerjaan dan wewenang pertanda kepercayaan pemimpin terhadap karyawan yang bersangkutan. Dengan kepercayaan ini motivasi karyawan akan meningkat dan akan tercapai hasil kerja yang baik.
4. Prinsip timbal balik
Perhatian timbal balik dari pimpinan bisa merupakan pengembangan karier, pemberian insentif atau pemberian fasilitas dapat memotivasi karyawan untuk berprestasi.

Pelaksanaan prinsip-prinsip motivasi ini merupakan upaya untuk membantu menggerakkan karyawan supaya dapat menjalankan organisasi dengan menggunakan tenaga karyawan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Motivasi tidak terlepas dari kebutuhan, dan kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri. Kebutuhan merupakan fundamen yang mendasari perilaku karyawan. Sebagai pimpinan tidak mungkin memahami perilaku karyawan.

F. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong (2009) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan

dikatakan tidak bermutu. Sedangkan menurut Supranto (2006) kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen akan rasa kenikmatan atau kekecewaan terhadap nilai evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan.

Swastha (2008) mengatakan kepuasan konsumen sebagai suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini perlu diketahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan tidak benar-benar mengerti apayang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen.

G. Kinerja

Kinerja mengacu pada prestasi karyawan yang diukur berdasarkan standar atau kriteria yang ditetapkan perusahaan. Pengertian kinerja atau prestasi kerja diberi batasan oleh Maier (dalam Moh As'ad, 2003) sebagai kesuksesan seseorang di dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Lebih tegas lagi Lawler and Poter menyatakan bahwa kinerja adalah "*succesfull role achievement*" yang diperoleh seseorang dari perbuatan-perbuatannya (Moh As'ad, 2003). Dari batasan tersebut Moh As'ad menyimpulkan bahwa kinerja adalah hasil yang

dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan.

Menurut Byars dan Rue (dalam Prasetyo Utomo, 2006), kinerja merupakan derajat penyusunan tugas yang mengatur pekerjaan seseorang. Jadi, Kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan kegiatan atau menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan.

H. Penilaian Kinerja Karyawan

Penilaian kinerja sebagai suatu sistem formal untuk menilai dan mengevaluasi kinerja tugas karyawan, baik individu maupun tim. Penilaian kinerja seringkali dianggap sebagai tindakan rutinitas yang tidak disukai dan negatif serta dianggap tidak memerlukan keahlian. Padahal penilaian kinerja merupakan kegiatan penting dan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan (Mondy, 2008:257).

Proses penilaian kinerja menurut Mondy (2008: 260) dapat dilihat pada gambar 5 berikut.



Proses Penilaian Kinerja Menurut Mondy

Penilaian kinerja pada umumnya dilakukan oleh departemen sumber daya manusia yang mengkoordinasikan perancangan dan implementasi program-program penilaian kinerja. Namun beberapa pihak lain pada kenyataannya dapat melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan.

I. Tujuan Penilaian Kinerja

Tujuan penilaian kinerja dikategorikan sebagai suatu yang bersifat evaluation dan development (Khaerul Umam,2010:191)

Suatu yang bersifat evaluation harus menyelesaikan:

- Hasil penilaian digunakan sebagai dasar pemberian kompensasi
- Hasil penilaian digunakan sebagai staffing decision
- Hasil penilaian digunakan sebagai dasar mengevaluasi sistem seleksi

Sedangkan yang bersifat development Penilai harus menyelesaikan:

- Prestasi real yang dicapai individu
- Kelemahan-kelemahan individu yang menghambat kinerja
- Prestasi-prestasi yang dikembangkan.

J. Manfaat penilaian kinerja karyawan

Kontribusi hasil penilaian merupakan suatu yang sangat bermanfaat bagi perencanaan kebijakan organisasi. Secara terperinci, penilaian kinerja bagi organisasi (Khaerul Umam,2010:101), mengemukakan bahwa:

- a. Penyesuaian-penyesuaian kompensasi
- b. Perbaikan kinerja
- c. Kebutuhan latihan dan pengembangan
- d. Pengambilan keputusan dalam hal penempatan promosi, mutasi, pemecatan, pemberhentian, dan perencanaan tenaga kerja
- e. Untuk kepentingan penelitian pegawai
- f. Membantu diagnosis terhadap kesalahan desain pegawai.

K. Pengukuran Kinerja karyawan

Secara teoretikal berbagai metode dan teknik mempunyai sasaran yang sama, yaitu menilai prestasi kerja para karyawan secara obyektif untuk suatu kurun waktu tertentu dimasa lalu yang hasilnya bermanfaat bagi organisasi atau perusahaan, seperti untuk kepentingan mutasi pegawai maupun bagi pegawai yang bersangkutan sendiri dalam rangka pengembangan karirnya

Menurut Gomez (dalam Utomo, 2006) dalam melakukan penelitian terhadap kinerja yang berdasarkan perilaku yang spesifik (*Judgement Performance Evaluation*) ini maka ada delapan dimensi yang perlu mendapatkan perhatian, antara lain:

1. *Quality of Work* (kualitas kerja)
Kualitas ini akan dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapan.
2. *Quantity of Work* (kuantitas kerja)
Jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode waktu yang ditentukan.
3. *Job Knowledge* (pengetahuan pekerjaan)
Luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan ketrampilan.
4. *Creativeness* (kreatifitas)
Keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.
5. *Cooperative* (kerjasama)
Kesadaran untuk bekerja sama dengan orang lain.
6. *Initiative* (inisiatif)
Keaslian ide-ide yang disampaikan sebagai program organisasi dimasa yang mendatang.
7. *Dependerability* (ketergantungan)
Kesadaran dapat dipercaya dalam hal kehadiran dan penjelasan kerja.
8. *Personal Quality* (kualitas personil)
Menyangkut kepribadian, kepemimpinan, kemampuan dan integritas pribadi.

Bernardin dalam Novitasari (2003) mengatakan bahwa terdapat enam kriteria yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kinerja secara individu.

1. Kualitas
Tingkat dimana hasil aktivitas yang dilakukan mendekati sempurna dalam arti menyelesaikan beberapa cara ideal dan penampilan aktivitas ataupun memenuhi tujuan yang diharapkan dari suatu aktivitas.
2. Kuantitas
Jumlah yang dihasilkan, dinyatakan dalam istilah sejumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.
3. Ketepatan waktu
Tingkat suatu aktivitas yang diselesaikan pada waktu awal yang diinginkan dilihat dari sudut koordinasi yang dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.
4. Efektivitas
Tingkat penggunaan sumber daya organisasi dimaksimalkan dengan maksud menghasilkan keuntungan dan mengurangi kerugian setiap penggunaan sumber daya.
5. Kemandirian
Tingkat dimana seorang karyawan dapat melakukan fungsi kerjanya tanpa minta bantuan, bimbingan dan pengawasan atau meminta turut campurnya pengawas atau meminta turut campurnya pengawas.

6. Komitmen kerja

Tingkat dimana karyawan mempunyai komitmen kerja dengan perusahaan dan tanggung jawab kerja terhadap perusahaan .

L. Penelitian Pendahulu

Penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sudah sering menjadi topik yang sering dibahas. Penelitian terdahulu yang menjadi contoh dalam penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Penelitian Pendahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
1.	Ilnis Makhalis (2006)	Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Kamang Indah Di Belakang Golden Bandar Lampung Tahun 2005	Kualitas produk pada Rumah Makan Kamang Indah telah memenuhi harapan/kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan pada rumah makan kamang indah masih belum memenuhi harapan (kepuasan) pelanggan. Adanya pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap tingkat kepuasan pelanggan Rumah Makan Kamang Indah (Y)
2.	Dina Sundari (2005)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pos Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Metro Tahun 2004	Kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia saat ini belum memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia masih dibawah harapan. Adanya pengaruh kualitas pelayan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Lanjutan Tabel 1. Penelitian Pendahulu

3.	Daniel Valentinus (2014)	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampong Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan.	Variabel <i>Product</i> (X1), <i>Price</i> (X2), <i>Place</i> (X3), <i>Promotion</i> (X4), <i>People</i> (X5), <i>Physical Evidence</i> (X6) dan <i>Process</i> (X7) memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pengunjung Kampong Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan
4.	Eni Cahyani (2012)	Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan (kasus pada divisi network management pt indosat, tbk.)	Variabel bebas yaitu motivasi (X ₁) dan kepuasan kerja (X ₂) terhadap variabel terikat yaitu kualitas pelayanan internal (Y)
5.	Dewi Ma'rifah (2006)	Pengaruh motivasi Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pekerja Sosial Pada Unit Pelaksana Teknis Dinas Sosial Propinsi Jawa Timur	Motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.
6.	Kurniawan Handi (2014)	Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Keterampilan Mengajar Guru Dan Pemanfaatan Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar IPS Terpadu Melalui Motivasi Belajar Siswa Kelas VIII SMP Negeri 1 Gisting Tahun Pelajaran 2014/2015	Ada pengaruh persepsi siswa tentang ketrampilan mengajar guru, pemanfaatan media pembelajaran dan motivasi belajar secara simultan terhadap hasil belajar IPS Terpadu Siswa Kelas VII SMP 1 Negeri Gisting Tahun Pelajaran 2014/2015
7.	Purnama Tetty (2014)	Pengaruh Penggunaan Media Ict Oleh Siswa Dan Pemanfaatan Fasilitas Belajar Di Sekolah Melalui Motivasi Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar IPS Terpadu Siswa Kelas VIII SMP Negeri 23 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2013/2014".	Ada Pengaruh Penggunaan Media Ict Oleh Siswa Dan Pemanfaatan Fasilitas Belajar Di Sekolah Melalui Motivasi Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar IPS Terpadu Siswa Kelas VIII SMP Negeri 23 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2013/2014

M. Kerangka Pemikiran

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diterapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2009: 177). Kepuasan pelanggan ditentukan dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Service quality adalah suatu instrument yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai pelayanan atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Kotler (2009) mengatakan bahwa kualitas jasa (*service quality*) harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

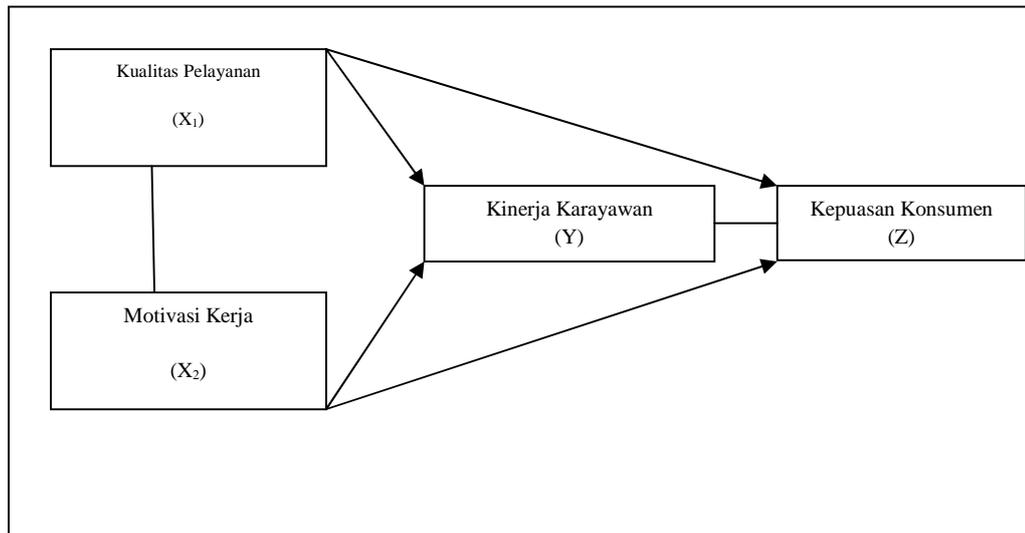
Motivasi adalah kesediaan individu untuk mengeluarkan upaya yang tinggi untuk mencapai tujuan organisasi (Stephen P. Robbins, 2001). Ada tiga elemen kunci dalam motivasi yaitu upaya, tujuan organisasi dan kebutuhan. Upaya merupakan ukuran intensitas. Bila seseorang termotivasi maka ia akan berupaya sekuat tenaga untuk mencapai tujuan, namun belum tentu upaya yang tinggi akan menghasilkan kinerja yang tinggi. Oleh karena itu, diperlukan intensitas dan kualitas dari upaya tersebut serta difokuskan pada tujuan organisasi.

Kebutuhan adalah kondisi internal yang menimbulkan dorongan, dimana kebutuhan yang tidak terpenuhi akan menimbulkan tegangan yang merangsang dorongan dari dalam diri individu. Dorongan ini menimbulkan perilaku pencarian untuk menemukan tujuan, tertentu. Apabila ternyata terjadi pemenuhan kebutuhan, maka akan terjadi pengurangan tegangan. Pada dasarnya, karyawan yang termotivasi berada dalam kondisi tegang dan berupaya mengurangi ketegangan dengan mengeluarkan upaya.

Proses motivasi yang menunjukkan kebutuhan yang tidak terpenuhi akan meningkatkan tegangan dan memberikan dorongan pada seseorang dan menimbulkan perilaku. Kinerja yang tinggi dihubungkan dengan motivasi yang tinggi. Sebaliknya, motivasi yang rendah dihubungkan dengan kinerja yang rendah. Kinerja seseorang kadang-kadang tidak berhubungan dengan kompetensi yang dimiliki, karena terdapat faktor diri dan lingkungan kerja yang mempengaruhi kinerja. Kinerja yang tinggi adalah fungsi dan interaksi antara motivasi, kompetensi dan peluang sumber daya pendukung.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah bagaimana motivasi kerja karyawan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Koperasi Karyawan di PT. Gula Putih Mataram. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan Motivasi Kerja (X_2). Sedangkan variabel terikat adalah Kinerja Karyawan (Y) dan sebagai variabel moderator adalah Kepuasan Konsumen (Z). Digambarkan bahwa kerangka

pemikiran sebagai berikut.



N. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:221) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, maka penulis membuat hipotesis atau dugaan sementara penelitian sebagai berikut.

1. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.
2. Ada pengaruh yang signifikan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.

3. Ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan motivasi kerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
4. Ada pengaruh langsung yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
5. Ada pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
6. Ada pengaruh yang signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
7. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
8. Ada pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
9. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan motivasi kerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.
10. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, motivasi kerja dan kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram.

III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penggunaan metode penelitian dalam suatu penelitian sangatlah penting. Penggunaan metode ini dimaksudkan untuk menentukan data penelitian, menguji kebenaran, menemukan dan mengembangkan suatu pengetahuan, serta mengkaji kebenaran suatu pengetahuan sehingga memperoleh hasil yang diharapkan. Metode penelitian merupakan metode kerja yang dilakukan dalam penelitian termasuk alat-alat yang digunakan untuk mengukur dan mengumpulkan data dilapangan pada saat melakukan penelitian.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan objek atau subjek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Tujuan penelitian ini merupakan verifikatif yaitu untuk menentukan tingkat pengaruh variabel-variabel dalam suatu kondisi.

Pendekatan *ex post facto* adalah salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengambil data secara langsung di area penelitian yang dapat menggambarkan data-data masa lalu dan kondisi lapangan sebelum dilaksanakannya penelitian lebih lanjut. Sedangkan pendekatan *survey* adalah pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2010: 12).

Secara khusus penelitian ini hanya mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi kerja terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.

B. Populasi dan Sampel

Bagian ini mengemukakan secara lebih rinci tentang populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Pada pembahasan sampel akan dibagi tentang teknik penentuan besarnya sampel dan teknik pengambilan sampel tersebut. Adapun penjelasannya lebih rinci akan dijelaskan berikut ini.

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

(Sugiyono,2011: 61). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan anggota koperasi yang menjadi konsumen di Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram. Dengan jumlah karyawan dan pengurus sebanyak 30 orang dan 1.493 anggota koperasi yang menjadi konsumen.

2. Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi (Sugihono 2012:118). Teknik ini dipilih karena dirasa cocok dengan pemilihan sampel, yaitu responden yang memiliki kriteria tertentu untuk dipilih menjadi sampel penelitian Adapun kriteria responden dalam sampelnya adalah sebagai berikut

- Pengurus dan Staff Koperasi karyawan di PT. Gula Putih Mataram sebanyak 30 orang.
- Anggota Koperasi Karyawan di PT. Gula Putih Mataram sebanyak 94 orang

Pengambilan sampel harus sesuai dengan kriteria tersebut, karena akan berpengaruh pada variabel yang akan diteliti. Penentuan jumlah sampel dapat dihitung dari populasi tertentu yang sudah diketahui jumlahnya. Menurut rumus Yamane (Ferdinand, 2006) adalah sebagai berikut.

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

$$n = \frac{1.493}{1+1.493(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.493}{1+14.93}$$

$$n = \frac{1.493}{15.93}$$

$$n = \frac{1.493}{15.93}$$

$$n = 93.722$$

$$n = 94$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Populasi

d : *Margin of Error Maximum*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih bisa ditolerir (ditentukan 10 %)

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel menurut Sugiyono (2012:59) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang

diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu.

a. Variabel bebas (*eksogen*).

Variabel independen menurut Sugiyono (2012:59) adalah variable yang mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Variabel independen dalam penelitian ini dilambangkan dengan huruf X, yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Motivasi Kerja (X_2)

b. Variabel terikat (*endogen*).

Variabel dependen menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini dilambangkan dengan huruf Y, yaitu Kinerja Karyawan (Y) dan Kepuasan Konsumen (Z).

D. Definisi Konseptual dan Operasional Penelitian

a. Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual adalah definisi yang diberikan kepada suatu konstruk guna menjelaskan suatu konsep variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat. Adapun definisi konseptual dari variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007)
2. Mangkunegara (2005,61) menyatakan : “motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) karyawan dalam menghadapi situasi kerja di perusahaan (*situation*). Motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan. Sikap mental karyawan yang pro dan positif terhadap situasi kerja itulah yang memperkuat motivasi kerjanya untuk mencapai kinerja maksimal”.
3. Kinerja seseorang merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha, dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya. Sedangkan menurut Bernardin dan Russel dalam Sulistiyani (2003,223-224) menyatakan bahwa kinerja merupakan catatan *outcome* yang dihasilkan dari fungsi pegawai tertentu atau kegiatan yang dilakukan selama periode waktu tertentu.
4. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2007:177).

b. Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Dimensi Kualitas pelayanan sebagai berikut.

- a. Realibilitas (*Realibility*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang disajikan secara akurat dan memuaskan.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
- c. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan tersebut.
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/ perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

2. Motivasi Kerja (X_2)

Motivasi kerja sebagai berikut.

- a. Faali (Fisiologis): antara lain rasa lapar, haus, perlindungan (pakaian, dan perumahan), seks, dan kebutuhan jasmani lain.
- b. Keamanan: antara lain keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional.

- c. Sosial: mencakup kasih sayang, rasa memiliki, diterima baik, dan persahabatan.
- d. Penghargaan: mencakup faktor penghormatan diri seperti harga diri, otonomi, dan prestasi; serta faktor penghormatan dari luar seperti misalnya status, pengakuan dan perhatian.
- e. Aktualisasi diri: dorongan untuk menjadi seseorang/ sesuatu sesuai ambisinya yang mencakup pertumbuhan, pencapaian potensi, dan pemenuhan kebutuhan diri

3. Kinerja Karyawan (Y)

Kinerja Karyawan sebagai berikut.

- a. Kualitas kerja diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.
 - b. Kuantitas merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.
 - c. Ketepatan waktu. Merupakan tingkat aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.
 - d. Efektivitas. Merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.
 - e. Kemandirian. Merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya
- Komitmen kerja. Merupakan

suatu tingkat dimana karyawan mempunyai komitmen kerja dengan instansi dan tanggung jawab karyawan terhadap kantor.

4. Kepuasan Konsumen (Z)

Kepuasan konsumen sebagai berikut.

- a. Kualitas produk
- b. Kualitas pelayanan
- c. Emosional
- d. Biaya

Berdasarkan definisi - definisi yang dikemukakan di atas maka untuk lebih jelasnya berikut ini disajikan tabel yang menggambarkan definisi operasional variabel tentang variabel-variabel, indikator- indikator, dan sub indikator yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Indikator Dan Sub Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realibilitas (<i>Realibility</i>) 2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Realibilitas (<i>Realibility</i>), berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang disajikan secara akurat dan memuaskan. 2.Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. 	Interval dengan Pendekatan <i>simpatic differensial</i>

Lanjutan Tabel 2. Indikator dan Sub Indikator Variabel

	<p>3. Jaminan (<i>Assurance</i>), percaya (<i>trust</i>) dan keyakinan pelanggan (<i>confidence</i>)</p> <p>4. Empati (<i>Empathy</i>)</p> <p>5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)</p>	<p>3. Jaminan (<i>Assurance</i>), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa, Percaya (<i>trust</i>) dan keyakinan pelanggan (<i>confidence</i>).</p> <p>4. Empati (<i>Empathy</i>) berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan tersebut.</p> <p>5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/ perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.</p>	Interval dengan Pendekatan <i>simpatic differensial</i>
Motivasi Kerja (X_2)	<p>1. Faali (Fisiologis)</p> <p>2. Keamanan</p> <p>3. Sosial</p>	<p>1. Faali (Fisiologis): Antara lain rasa lapar, haus, perlindungan (pakaian dan rumah), seks dan kebutuhan jasmani lain.</p> <p>2. Keamanan: antara lain keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional.</p> <p>3. Sosial: mencakup kasih sayang, rasa memiliki, diterima baik, dan persahabatan.</p>	Interval dengan Pendekatan <i>simpatic differensial</i>

Lanjutan Tabel 2. Indikator dan SubIndikator Variabel

	4.Efektivitas	4.Efektivitas merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi dimaksimalkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.	Interval dengan Pendekatan <i>semantic differensial</i>
	5.Kemandirian	5.Kemandirian merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya.	
Kepuasan Konsumen (Z)	1.Kualitas produk	1.Kualitas produk Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.	Interval dengan Pendekatan <i>semantic differensial</i>
	2.Kualitas pelayanan	2.Kualitas pelayanan Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.	
	3.Emosional	3.Emosional Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.	
	4.Harga	4.Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.	

Lanjutan Tabel 2. Indikator dan SubIndikator Variabel

	5.Biaya	5.Biaya Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.	Interval dengan Pendekatan <i>semantic differensial</i>
--	---------	---	---

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses tersusun dari berbagai proses biologis maupun psikologis. Teknik ini digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden diamati tidak terlalu besar. (Sugiyono, 2010 : 310).

2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah, dan bukan berdasarkan perkiraan (Basrowi dan Kasinu, 2007: 166). Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data terkait Mengenai bangunan dan pengurus Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram .

3. Angket

Angket adalah sebuah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh orang yang akan diukur atau disebut responden (Arikunto 2010:28). Angket digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi kerja terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT. Gula Putih Mataram.

F. Uji Persyaratan Instrumen

Untuk mendapatkan data yang lengkap, maka alat instrument yang digunakan harus memenuhi persyaratan yang baik. Instrument yang baik dalam suatu penelitian harus memenuhi dua syarat, yaitu valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan ketepatan suatu instrument. Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus *Korelasi Product Moment*. *Korelasi Product Moment* menyatakan hubungan skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total dan beberapa sumbangan skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total.

Adapun rumus *Korelasi Product Moment*, adalah:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

xy = Jumlah perkalian variabel x dan y

x = Jumlah nilai variabel x

y = Jumlah nilai variabel y

x^2 = Jumlah pangkat dua nilai variabel x

y^2 = Jumlah pangkat dua nilai variabel y

n = Banyaknya sampel

Berdasarkan data yang didapat dari 40 item angket mengenai kualitas pelayanan, motivasi kerja, kinerja karyawan dan kepuasan konsumen yang terdiri dari 10 item untuk masing-masing angket yang tersebar di Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram tidak ada yang dinyatakan tidak valid. Kriteria r hitung $>$ r tabel, pada Lampiran 14 dinyatakan nilai r tabel adalah 0,254. Dengan demikian angket dapat digunakan oleh peneliti.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil yang konsisten. Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen digunakan koefisien cornach's alpha dengan bantuan program SPSS for windows version 15. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai cornbach's alpha lebih besar dari 0,06 yang dirumuskan (Umar,2000:135) :

$$A = \frac{K.r}{1+(K-1).r}$$

Keterangan:

A = Koefisien realibilitas r = Rata-rata korelasi antar item

K = Jumlah item reabilitas 1 = Bilangan konstanta

Pemberian interpretasi terhadap reliabilitas variabel dapat dikatakan reliabel jika koefisien variabelnya lebih dari 0,06 dan umumnya digunakan patokan sebagai berikut.

1. Reabilitas uji coba $> 0,06$ berarti hasil uji coba memiliki reliabilitas baik.
2. Reabilitas uji coba $< 0,06$ berarti hasil uji coba memiliki reliabilitas kurang baik

Tabel. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Varibel	Cronbach's Alpha	N of Items
X ₁	.939	10
X ₂	.859	10
Y	.822	10
Z	.958	10

Berdasarkan tabel.3 hasil uji reliabilitas dengan bantuan SPSS 15, diperoleh hasil r hitung $> r$ tabel, dengan r hitung $> 0,254$. Hal ini berarti, alat instrumen yang digunakan reliabel. jika dilihat pada kriteria penafsiran mengenai indeks korelasi maka tingkat reliabilitas sangat tinggi untuk masing-masing item.

G. Uji Persyaratan Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Alasannya menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, karena datanya berbentuk interval

yang disusun berdasarkan distribusi frekuensi kumulatif dengan menggunakan kelas-kelas interval.

Dalam uji Kolmogorof Smirnov diasumsikan bahwa distribusi variabel yang sedang diuji mempunyai sebaran kontinue. Kelebihan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dibandingkan dengan uji normalitas yang lain adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat yang lain. Jadi uji *Kolmogorov-Smirnov*, sangat tepat digunakan untuk uji normalitas pada penelitian ini. Rumus uji *Kolmogorov-Smirnov*, adalah sebagai berikut.

Syarat Hipotesis yang digunakan :

H_0 : Distribusi variabel mengikuti distribusi normal

H_1 : Distribusi variabel tidak mengikuti distribusi normal

Statistik Uji yang digunakan :

$$D = \max |f_{0(X_i)} - S_n(X_i)|; i = 1, 2, 3 \dots$$

Dimana :

$F_0(X_i)$ = fungsi distribusi frekuensi kumulatif relatif dari distribusi teoritis dalam kondisi H_0

$S_n(X_i)$ = Distribusi frekuensi kumulatif dari pengamatan sebanyak n Dengan cara membandingkan nilai D terhadap nilai D pada tabel Kolmogorof Smirnov dengan taraf nyata maka aturan pengambilan keputusan dalam uji ini adalah:

Jika $D < D_{tabel}$ maka Terima H_0

Jika $D > D_{tabel}$ maka Tolak H_0

Keputusan juga dapat diambil dengan berdasarkan nilai Kolmogorof Smirnov Z , jika $KSZ < Z$ maka Terima H_0 , demikian juga sebaliknya. Dalam perhitungan menggunakan software komputer keputusan atas hipotesis yang diajukan dapat menggunakan nilai signifikansi (Asymp.significance). Jika nilai signifikansinya lebih kecil dari α maka Tolak H_0 demikian juga sebaliknya. (Sugiyono, 2011: 156-159).

2. Uji Homogenitas

Salah satu uji persyaratan yang harus dipenuhi dalam penggunaan statistik parametrik yaitu uji homogenitas. Uji homogenitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data sampel yang diperoleh berasal dari populasi yang bervariasi homogen atau tidak. Untuk melakukan pengujian homogenitas populasi diperlukan hipotesis sebagai berikut.

H_0 : Data populasi bervariasi homogen

H_a : Data populasi tidak bervariasi homogen

Kriteria pengujian sebagai berikut.

Menggunakan nilai signifikansi. Apabila menggunakan ukuran ini harus dibandingkan dengan tingkat alpha yang ditentukan sebelumnya. Karena yang ditetapkan sebesar 0,05 (5 %), maka kriterianya yaitu.

Terima H_0 apabila nilai *significance* $> 0,05$

Tolak H_0 apabila nilai *significance* $< 0,05$ (Sudarmanto, 2005 : 123)

H. Uji Kelinearan dan Keberartian Regresi

1. Uji Kelinearan

Uji kelinearan dan regresi dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan pengujian hipotesis. Untuk regresi linier yang didapat dari data X dan Y, apakah sudah mempunyai pola regresi yang ber bentuk linier atau tidak serta koefisien arah nya berarti atau tidak dilakukan linieritas regresi. Pengujian terhadap regresi ini menggunakan Analisis Varians (ANOVA). Pertama dilakukan menghitung jumlah kuadrat-kuadrat (JK) dari berbagai sumber varians. Untuk menguji apakah model linier yang diambil benar cocok dengan keadaan atau tidak, pengujian ini dilakukan dengan rumus sebagai berikut.

$$JKT = Y^2$$

$$JK(a) = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$JK(b/a) = \left\{ XY - \frac{(X)(Y)}{n} \right\}$$

$$JK(E) = \sum_{xy} \left\{ Y^2 - \frac{(Y)^2}{n_x} \right\}$$

$$JK(S) = JK(T) - JK(a) - JK(b/a)$$

$$JK(TC)N = JK(S) - JK(E)$$

Tiap sumber varians mempunyai derajat kebebasan (dk) yaitu 1 untuk koefisien a, 1 untuk regresi b/a, n untuk total, n-2 untuk sisa, k-2 untuk tuna cocok, dan n-k untuk galat. Dengan adanya dk, maka besarnya kuadrat tengah (KT) dapat dihitung dengan jalan membagi dk dengan dk nya masing-masing seperti sebagai berikut.

$$\text{KT untuk koefesien a} = \frac{JK \left(\frac{a}{b} \right)}{1}$$

$$\text{KT untuk regresi b/a} = \frac{JK \left(\frac{a}{b} \right)}{1}$$

$$\text{KT untuk total} = \frac{JK(T)}{n}$$

$$\text{KT untuk sisa} = \frac{JK(S)}{n-2}$$

$$\text{KT untuk tuna cocok} = \frac{JK(TC)}{K-2}$$

$$\text{KT untuk galat} = \frac{JK(G)}{n-k}$$

Kriteria pengujian

1. Jika $F_{hitung} > F_{(1-\alpha)(n-2)}$, maka tolak H_0 berarti koefesien arah berarti dan sebaliknya. Jika $F_{hitung} \leq F_{(1-\alpha)(n-2)}$, maka H_0 diterima berarti koefesien arah tidak berarti.
2. Jika $F_{hitung} > F_{(1-\alpha)(k-2, n-1)}$, maka tolak H_0 berarti regresi linier dan sebaliknya. Jika $F_{hitung} \leq F_{(1-\alpha)(k-2, n-1)}$, maka H_0 diterima berarti regresi tidak berarti.
3. Untuk distribusi F yang digunakan diambil dk pembilang = (k-2) dan dk penyebut = (n-k) (Sudjana, 2002: 332).

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Sudarmanto (2005: 136-138), uji asumsi tentang multikolinieritas dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (independen) yang satu dengan variabel bebas (independen) lainnya. Ada atau tidaknya korelasi antarvariabel independen dapat diketahui dengan memanfaatkan statistik korelasi *product moment* dari Pearson.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)\sum Y}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Rumusan hipotesis yaitu:

H_0 : tidak terdapat hubungan antar variabel independen.

H_1 : terdapat hubungan antar variabel independen.

Kriteria hipotesis yaitu:

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan $dk = n$ dan $\alpha 0,05$ = maka H_0 ditolak
sebaliknya jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima.

3. Uji Autokorelasi

Menurut Sudarmanto (2005: 142-143), pengujian autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi di antara data pengamatan atau tidak. Adanya Autokorelasi dapat mengakibatkan penaksir mempunyai varians tidak minimum dan uji t tidak dapat digunakan, karena akan memberikan kesimpulan yang salah. Ada atau tidaknya autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji Durbin- Watson. Ukuran yang digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya autokorelasi, yaitu apabila nilai statistik Durbin-Watson mendekati angka 2, maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tidak memiliki autokorelasi.

Tahap-tahap pengujian dengan uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

1. Carilah nilai-nilai residu dengan OLS dari persamaan yang akan diuji dan hitung statistik d dengan menggunakan persamaan:

$$d = \frac{\sum_2^t (u_t - u_{t-1})^2}{\sum_1^t u_t^2}$$

2. Menentukan ukuran sampel dan jumlah variabel independen kemudian lihat tabel statistik Durbin-Watson untuk mendapatkan nilai-nilai

kritis d yaitu nilai Durbin-Watson Upper, d_U dan nilai Durbin-Watson, d_L .

3. Dengan menggunakan terlebih dahulu Hipotesis Nol bahwa tidak ada autokorelasi positif dan Hipotesis Alternatif:

H_0 : 0 (tidak ada autokorelasi positif)

H_a : 0 (ada autokorelasi positif)

Mengambil keputusan yang tepat :

Jika $d < d_L$, tolak H_0

Jika $d > d_U$, tidak menolak H_0

Jika $d_L \leq d \leq d_U$, tidak tersimpulkan

Dalam keadaan tertentu, terutama untuk menguji persamaan beda pertama, uji d dua sisi akan lebih tepat. Langkah-langkah 1 dan 2 persis sama diatas sedangkan langkah 3 adalah menyusun hipotesis nol bahwa tidak ada autokorelasi.

$H_0 : \rho = 0$

$H_0 : \rho = 0$

Aturan keputusan yang tepat adalah:

- Apabila $d < d_L$ menolak H_0
- Apabila $d > 4 - d_L$ menolak H_0
- Apabila $4 - d > d$ tidak menolak H_0
- Apabila yang lainnya tidak tersimpulkan (Sarwoko, 2005: 141).

Rumus hipotesis yaitu:

H_0 : tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan.

H_1 : terjadinya adanya autokorelasi diantara data pengamatan.

Kriteria :

Ukuran yang digunakan untuk menyatakan ada tidaknya autokorelasi, yaitu apabila nilai statistik *Durbin-Watson* mendekati angka 2, maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi, dalam hal sebaliknya, maka dinyatakan terdapat autokorelasi (Sudarmanto, 2005: 143).

4. Uji Heteroskedastisitas.

Menurut Sudarmanto (2005: 147-148), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varian residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Pengamatan yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu *rank* korelasi dari Spearman.

Koefisien korelasi rank dari Spearman didefinisikan sebagai berikut.

$$r_s = 1 - 6 \left[\frac{\sum d_i^2}{N(N^2 - 1)} \right]$$

dimana d_i = perbedaan dalam rank yang diberikan kepada dua karakteristik yang berbeda dari individu atau fenomena ke i . n = banyaknya individu atau fenomena yang diberikan rank.

Koefisien korelasi rank tersebut dapat dipergunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas sebagai berikut: asumsikan

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i$$

Langkah I. Cocokkan regresi terhadap data mengenai Y dan X atau dapatkan residual e_j .

Langkah II. Dengan mengabaikan tanda e_j , yaitu dengan mengambil nilai mutlaknya e_j , meranking baik harga mutlak e_j dan X_i sesuai dengan urutan yang meningkat atau menurun dan menghitung koefisien rank korelasi Spearman

$$r_s = 1 - 6 \left[\frac{\sum d_i^2}{N(N^2 - 1)} \right]$$

Langkah III. Dengan mengasumsikan bahwa koefisien rank korelasi populasi ρ_s adalah 0 dan $N > 8$ tingkat penting (signifikan) dari r_s yang disempel depan diuji dengan pengujian t sebagai berikut:

$$t = \frac{r_s \sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r_s^2}} \quad \text{dengan derajat kebebasan} = N-2$$

Hipotesis:

H_0 : Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya

H_1 : Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.

Dengan derajat Kebebasan = $N-2$

Jika nilai t yang dihitung melebihi nilai t_{kritis} , kita bisa menerima hipotesis adanya heteroskedastisitas, kalau tidak kita bisa menolaknya. Jika model regresi meliputi lebih dari satu variabel X, r_s dapat dihitung antara e_1 dan tiap variabel X secara terpisah dan dapat diuji untuk tingkat penting secara terpisah dengan pengujian t.

I. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan uji regresi linier dengan analisis jalur. Analisis jalur (*Path Analysis*) merupakan suatu teknik analisis statistika yang dikembangkan dari analisis multi regresi. Dalam analisis ini digunakan diagram jalur untuk membantu konseptualisasi masalah atau menguji hipotesis yang kompleks. Dengan menggunakan diagram tersebut, kita dapat menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung dari seperangkat variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengaruh- pengaruh tersebut tercermin dalam koefisien jalur.

Teknik analisis jalur ini akan digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dan hubungan kausal antar variabel X_1 dan X_2 melalui Y_1 terhadap Z . Analisis korelasi dan regresi merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur. (Riduwan, 2012: 115).

J. Persyaratan Analisis Jalur

Analisis jalur mensyaratkan asumsi seperti yang biasanya digunakan dalam analisis regresi, khususnya sensitif terhadap model yang spesifik. Sebab, kesalahan dalam menentukan relevansi variabel menyebabkan adanya pengaruh yang substansial terhadap koefisien jalur. Koefisien jalur biasanya digunakan untuk mengukur seberapa penting perbedaan jalur yang langsung

dan tidak langsung tersebut merupakan sebab-akibat terhadap variabel terikat. Penafsiran seperti itu harus dikerjakan dalam konteks perbandingan model alternatif. Penggunaan analisis jalur dalam analisis data penelitian didasarkan pada beberapa asumsi sebagai berikut.

1. Hubungan antar-variabel adalah linier, artinya perubahan yang terjadi pada variabel merupakan fungsi perubahan linier dari variabel lainnya yang bersifat kausal,
2. Variabel-variabel residual tidak berkorelasi dengan variabel yang mendahuluinya, dan tidak juga berkorelasi dengan variabel yang lain.
3. Dalam model hubungan variabel hanya terdapat jalur kausal/sebab-akibat searah.
4. Data setiap variabel yang dianalisis adalah data interval dan berasal dari sumber yang sama.

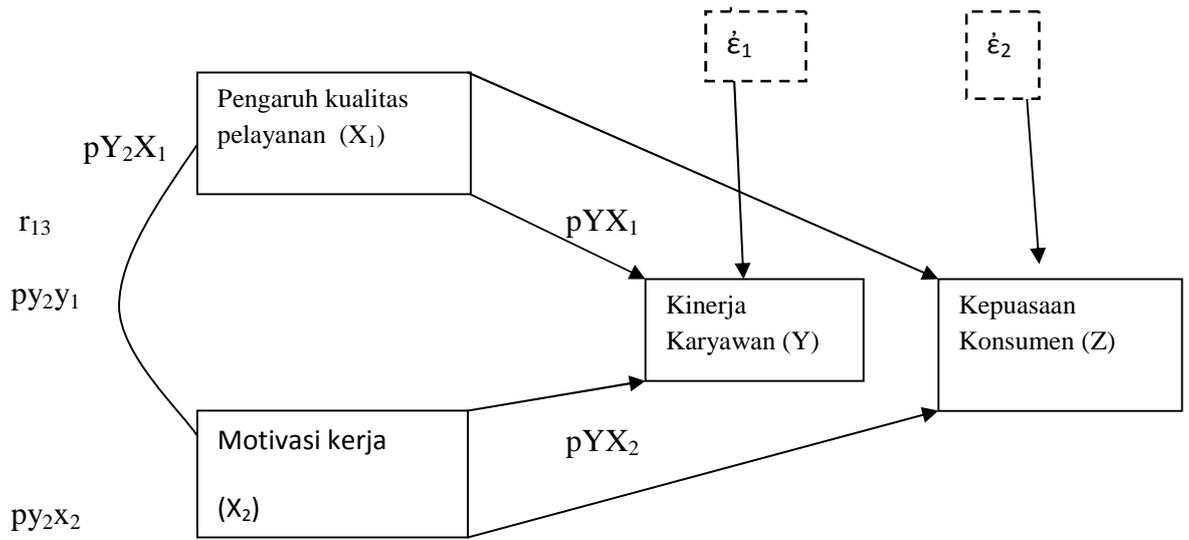
2. Langkah-Langkah Menguji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Langkah kerja analisis jalur ini pada garis besarnya adalah sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis dan persamaan structural Struktur :

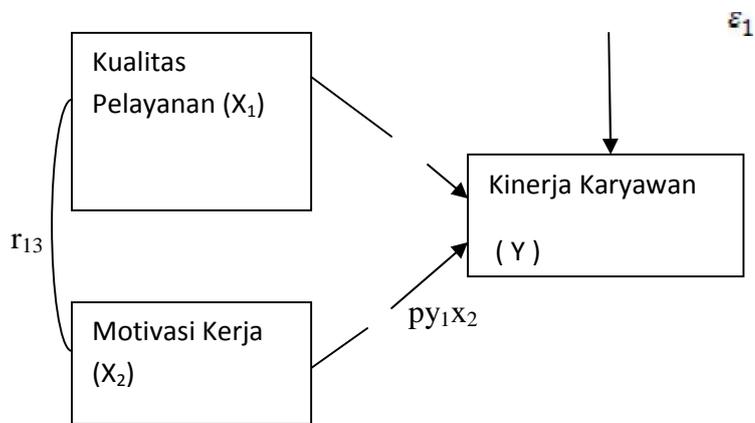
$$Y = P_{yx1}X_1 + P_{yx2}X_2 + P_y\varepsilon_1$$

- 2) Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
 - a. Gambar diagram jalur lengkap dengan model struktural dan persamaan strukturalnya sesuai dengan hipotesis yang diajukan.



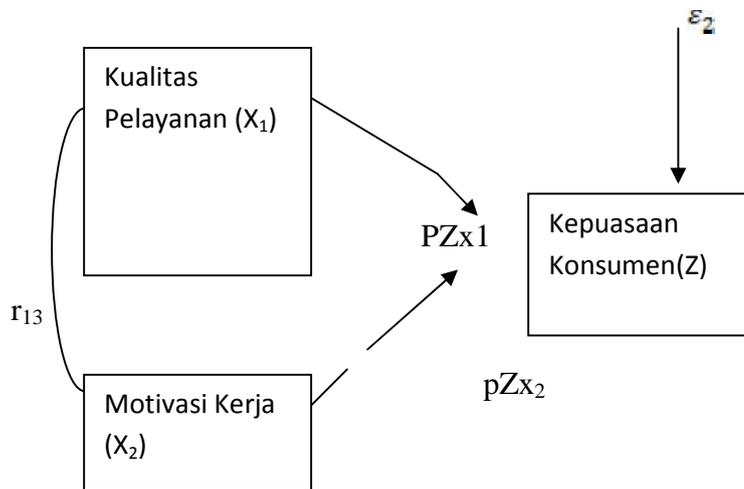
Gambar 6 . Diagram jalur model persamaan structural $X_1, X_2,$ dan Y ke Z

Diagram jalur model persamaan structural $X_1, X_2,$ ke Y



Gambar 7. Structural I

Diagram jalur model persamaan structural X_1, X_2 , ke Z



Gambar 8 . Structural 2

Persamaan structural untuk diagram jalur yaitu :

$$Y_1 = p_{y_1x_1} X_1 + p_{y_1x_2} X_2 + \varepsilon_1$$

$$Z = p_{Zx_1} X_1 + p_{Zx_2} X_2 + p_{Zy_1} Y + \varepsilon_2$$

3) Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan) uji secara

keseluruhan hipotesis statistic dirumuskan sebagai berikut :

$$H_a : p_{xy_1} = p_{xy_2} = \dots \dots = p_{yx_k} = 0$$

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan pada Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Semakin baik kinerja karyawan semakin baik pula kualitas yang diberikan dalam memuaskan konsumen.
2. Ada pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram. Dalam dunia kerja hal yang mempengaruhi secara internal adalah motivasi diri masing-masing karyawan, jika memiliki motivasi dalam kerja maka akan seorang karyawan akan memberikan kinerja terbaiknya.
3. Ada hubungan kualitas pelayanan dan motivasi kerja pada Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram. Jika seorang karyawan memiliki

motivasi diri sebagai karyawan yang berkualitas maka karyawan tersebut akan mengusahakan untuk memberikan kualitas pelayanan terbaiknya untuk konsumen yang datang.

4. Ada pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan melalui motivasi kerja karyawan di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram. Suatu kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari kinerja dan motivasi kerja masing-masing karyawannya, melainkan dari beberapa indikator kualitas suatu pelayanan yang telah ditentukan.
5. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Jika suatu badan usaha selalu memberikan pelayanan terbaiknya, hal itu akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tidak hanya berbicara mengenai barang dan jasa melainkan juga segala tindakan yang dilakukan oleh masing-masing karyawan yang sedang bertugas di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.
6. Ada pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan konsumen. Setiap karyawan yang memiliki motivasi dalam bekerja akan memberikan produktivitas terbaiknya ditempat ia bekerja, sehingga akan memberikan kepuasan bagi para konsumen yang datang ke Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.
7. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan. Jika seorang memiliki kinerja yang bagus sehingga produktivitas meningkat, hal itu dapat berpengaruh pada kualitas yang diberikan kepada konsumen sehingga menyenangkan hati para konsumen

dan membuat konsumen untuk datang kembali di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.

8. Ada pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan konsumen melalui kinerja karyawan. Kinerja yang bagus biasanya dipengaruhi oleh motivasi dalam diri karyawan, jika seorang karyawan merasa pekerjaan yang ia miliki adalah pekerjaan yang ia sukai maka hal itu akan membuat karyawan untuk memberikan pelayanan terbaiknya sehingga memuaskan para konsumen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.
9. Ada pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen. Semakin bagus kinerja karyawan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen, karena karyawan yang memiliki kinerja yang bagus akan menyenangkan hati para konsumen di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.
10. Ada pengaruh kualitas pelayanan, motivasi kerja dan kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen. Seorang konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ketika kinerja karyawan menunjukkan hal positif hal itu akan mempengaruhi kualitas yang diberikan oleh masing-masing karyawan guna menarik perhatian para konsumen di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kinerja

Karyawan di Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram”, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut.

1. Sebagai seorang karyawan hendaknya memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menjadi acuan untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.
2. Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram perlu mengadakan diskusi dan *sharing* bersama dengan karyawan yang lain untuk menumbuhkan motivasi diri dalam bekerja, sehingga masing-masing karyawan memiliki kinerja yang lebih baik.
3. Koperasi Karyawan hendaknya membuat agenda pertemuan dan kebersamaan sesuai dengan waktu yang ditentukan, untuk membangun motivasi kerja pada karyawan supaya karyawan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.
4. Setiap karyawan hendaknya saling memberikan *support* untuk karyawan yang lain, karena hal ini dapat membuat karyawan lain merasa diterima dengan baik di tempat ia kerja. Hal itu dapat meningkatkan kinerja karyawan dan disertai dengan membaiknya kualitas pelayanan yang diberikan.
5. Setiap karyawan hendaknya saling mengingatkan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dalam hal barang ataupun jasa.
6. Seorang atasan harus mampu memberikan motivasi bagi karyawannya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar lebih baik lagi.

7. Setiap 6 bulan sekali hendaknya perlu diadakannya evaluasi kerja untuk masing-masing karyawan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kinerja karyawan dalam memberikan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen.
8. Setiap karyawan hendaknya memiliki kinerja yang baik, hal itu dapat mempengaruhi motivasi dalam diri karyawan. Sehingga masing-masing karyawan akan memberikan kualitas terbaiknya dalam hal pelayanan demi menarik perhatian konsumen.
9. Seorang karyawan hendaknya menunjukkan kinerja yang semakin baik agar konsumen merasa puas terhadap apa yang telah diberikan oleh koperasi.
10. Setiap anggota dan karyawan hendaknya selalu memperhatikan bagaimana memuaskan para konsumen. Dengan cara selalu memberikan pelayanan terbaik melalui jasa dan barang yang dibutuhkan oleh konsumen yang selalu tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi)
Jakarta : Rineka Cipta
- Basrowi dan Akhmad Kasinu. 2007 *Metodologi Penelitian Sosial Konsep, Prosedur dan Aplikasi*. Kediri : CV Jenggala Pustaka Utama.
- Dessler, Gary. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi ke sepuluh Jilid 2*. Jakarta : PT Indeks.
- Dharmmesta, Basu Swastha. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penilaian Manajemen: Aplikasi Model-model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Desertasi Doktor. Edisi 2*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J.F. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Edisi 5. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Handoko, T. Hani. 2001. *Motivasi: Daya Penggerak Tingkah Laku*. Jogjakarta: Kanisius.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.

Makhalis, Ilnis. 2006. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Kamang Indah Di Belakang Golden Bandar Lampung Tahun 2005*. Bandar Lampung : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung

Mowen,dkk. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Prasetyo Utomo. 2006. Analisis Pengaruh Pemberdayaan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Patra Semarang Convention Hotel. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

Sundari, Dina. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pos Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Metro Tahun 2004*. Bandar Lampung : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

Valentinus, Daniel. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan*. Bandar Lampung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.