

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Karyawan Di PT Putra Sejati Berkarya Kantor Cabang Batujajar

Riesha Dara Dinanti¹, Asep Imroni, S.H., M.H²

¹Manajemen, Universitas Teknologi Digital Bandung, ²Hukum, Universitas Teknologi Digital Bandung

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan di PT Putra Sejati Berkarya (Kantor Cabang Batujajar). PT. Putra Sejati Berkarya sebagai salah satu perusahaan swasta nasional yang independen menawarkan jasa pelaksanaan konstruksi dan usaha perdagangan barang sebagai salah satu kontraktor Indonesia. Proyek-proyek ini mencakup beragam sektor, mulai dari hotel, perkantoran, properti, perbankan hingga Pendidikan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penggunaan metode ini disesuaikan dengan penyebaran kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan perusahaan yang tercatat masuk dalam kategori pelanggan setia. Pengambilan sampel menggunakan Teknik sampling aksidental, yaitu Teknik penentuan responden untuk dijadikan sampel dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden.

Hasil dari penelitian ditemukan 0,849, yang mana nilai tersebut berada pada kategori "Sangat Puas" terhadap kinerja yang dilakukan oleh PT Putra Sejati Berkarya. Artinya, tingkat kinerja sudah mencapai hasil maksimal sehingga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sudah tercapai sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kinerja Karyawan, Perusahaan Swasta.

Abstract

This research aims to find out how customer satisfaction is with employee performance at PT Putra Sejati Berkarya (Batujajar Branch Office). PT. Putra Sejati Berkarya as an independent national private company offers construction implementation services and goods trading business as one of Indonesia's contractors. These projects cover various sectors, from hotels, offices, property, banking to education.

This research uses quantitative research. The use of this method is adapted to distributing questionnaires. The population used in this research was 100 company customers who were recorded as being in the loyal customer category. Sampling used an accidental sampling technique, namely a technique for determining respondents to be used as samples with a sample size of 50 respondents.

The results of the research were found to be 0.849, which is the value in the "Very Satisfied" category with the performance carried out by PT Putra Sejati Berkarya. This means that the level of performance has reached maximum results so that the effect on customer satisfaction has been achieved in accordance with what was expected.

Keywords: Customer Satisfaction, Employee Performance, Private Companies.

PENDAHULUAN

Dunia usaha harus siap menghadapi serangan persaingan saat memasuki era globalisasi saat ini di mana dunia menjadi terbuka dan menuntut kesiapan para perusahaan untuk tetap bertahan dari gempuran para pesaing. Perusahaan produksi dan pengusaha bekerja lebih keras dari sebelumnya untuk tetap bertahan di tengah iklim ekonomi yang kejam saat ini. Untuk mengidentifikasi apa yang paling penting bagi konsumen, produsen dan pelaku bisnis harus melakukan riset pasar yang ekstensif. Tujuan utama dari setiap bisnis adalah menghasilkan keuntungan. Hal ini karena aliran pendapatan yang stabil sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam bisnisnya.

Perusahaan akan terus berupaya meningkatkan volume penjualan yang diperolehnya. Namun setiap perusahaan harus bekerja keras untuk berhasil di dunia nyata. Keuntungan setiap bisnis berfluktuasi karena adanya persaingan dalam mempromosikan hasil produk, maka perusahaan sangat memperhatikan hal ini. Akibatnya, pemasaran sistem berusaha untuk melakukan tugasnya tanpa mengambil jalan pintas di bidang lain. Faktanya, dapat dikatakan bahwa pemasaran aktivitas sangat penting bagi perusahaan modern dan kompleks yang ingin menjangkau pelanggan.

Pemasaran melibatkan pemenuhan kebutuhan vendor dan pelanggan untuk mengefektifkan penjualan produk dan layanan, berdasarkan pendapat Laksana dalam Bano Renyarusari (2023:206). Oleh karena itu, pasar tidak identik dengan "lokasi". Namun, aktivitas tersebut lebih dari sekedar bertemu dengan pembeli dan penjual untuk menawarkan produk kepada konsumen. Pengukuran kepuasan pelanggan mutlak diperlukan untuk dua hal, menurut Handi Irawan dalam Devy Arisandi dkk. (2019:97). Pertama, untuk menghindari pemborosan modal karena keluhan konsumen yang tidak terselesaikan dapat mengakibatkan perselisihan hukum yang berlarut-larut dan bisnis tidak dapat mengetahui cara memperbaiki atau meningkatkan produk atau layanan mereka kecuali mereka memantau kepuasan pelanggan. Kedua, agar bisnis mendapat dukungan dari setiap karyawannya dalam berupaya meningkatkan kebahagiaan pelanggan.

Rangkuti (2020:32) mengatakan betapa pentingnya kinerja bagi perusahaan. Ia menegaskan bahwa ada korelasi kuat antara kesuksesan perusahaan dan keunggulan dalam persaingan. Jadi, seiring bertambahnya jumlah organisasi yang berkinerja baik, jumlah perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan apresiasi juga meningkat. Hal sebaliknya juga berlaku: semakin kecil daya saing suatu perusahaan, semakin buruk pula kinerjanya. "Apabila Anda tidak memiliki keunggulan bersaing, jangan coba-coba bersaing". Hal ini berarti bahwa keunggulan bersaing merupakan faktor terpenting bagi suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan. Menurut saran Jack Welch, presiden dan direktur General Electric Company, sebagaimana dikutip dalam Yonathan (2022:329-330). Oleh karena itu, agar sebuah bisnis berhasil dalam pasar yang kompetitif, memiliki keunggulan kompetitif sangatlah penting.

Karena itu, terdapat korelasi yang kuat antara kepuasan pelanggan dan keunggulan dalam persaingan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor paling signifikan dalam menentukan keunggulan kompetitif. Dengan demikian, diketahui dengan pasti bahwa kinerja dan kepuasan pelanggan adalah dua aspek terpenting dalam organisasi mana pun.

Aritonang menyatakan dalam Meylani & Mujid (2020:2-5) melakukan penelitian kepuasan pelanggan merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai kepuasan pelanggan. Misalnya, dapat digunakan oleh penyedia untuk mengalokasikan sumber daya guna memperbaiki kualitas yang tidak memadai atau tidak memuaskan di mata pelanggannya. Akibatnya, penelitian yang berfokus pada kepuasan pelanggan hanya akan mencakup data yang penting untuk pengambilan keputusan manajerial.

Ada empat tujuan penelitian kepuasan pelanggan, yaitu: menentukan atribut kinerja produk yang penting dalam menghasilkan kepuasan pelanggan, menilai posisi atribut kinerja produk perusahaan dibandingkan dengan pesaing-pesaing utama perusahaan, menentukan prioritas atribut kinerja dan perbaikan atribut itu, dan memantau hasil perbaikan atribut.

PT Putra Sejati Berkarya Sebagai kontraktor swasta, nasional independen, perusahaan ini didirikan untuk memberikan layanan di bidang pelaksanaan jasa, konstruksi, dan perdagangan bisnis. Dalam hal proyek bangunan komersial dan terkait bisnis, PT. Putra Sejati Berkarya kompeten di semua bidang struktur dan arsitektur. Memiliki peralatan konstruksi dan telah menyelesaikan ratusan proyek di seluruh Bandung. Pekerjaan dimulai dari hotel dan berlanjut hingga perkantoran, perbankan, dan pendidikan, yang mencakup berbagai sektor. Berdasarkan gagasan yang disebutkan sebelumnya, pada kenyataannya peneliti melihat analisis pentingnya lima tingkat kinerja, kepuasan pelanggan, dan keunggulan kualitas untuk menentukan persaingan. Oleh karena itu, penulis akan menganalisis lebih jauh hasil dari kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan di PT Putra Sejati Berkarya Kantor Cabang Batujajar agar hasil penelitian lebih representatif. Perbandingan tersebut harapannya dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam bagi perusahaan swasta Indonesia dalam memperhatikan kinerja karyawannya dengan standar yang tinggi sehingga mampu bersaing dengan perusahaan swasta lainnya.

METODOLOGI

Desain Penelitian

Desain dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi terperinci mengenai kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan di PT Putra Sejati Berkarya Kantor Cabang Batujajar. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan yang tercatat dalam pelanggan setia dalam 1 tahun terakhir. Pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan Teknik sampel aksidental, yaitu Teknik penentuan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan sampel yang kebetulan ditemui dengan peneliti. Dalam hal ini peneliti memperoleh pelanggan yang datang kepada perusahaan untuk melakukan pembelian kebutuhan alat dan bahan bangunan atau jasa pelaksanaan konstruksi yang dijual perusahaan sehingga memperoleh sampel sebanyak 50 responden.

Pemilihan objek penelitian dalam studi kasus ini ditentukan berdasarkan syarat bahwa perusahaan swasta tersebut telah berhasil menciptakan berbagai proyek yang telah dilewati dari tahun ke tahun yang membuat PT Putra Sejati menjadi terus berkembang sesuai dengan rencana strategis perusahaan. PT Putra Sejati Berkarya siap bekerja sama dengan semua agen kontraktor retail dan umum, memberikan pelayanan prima dan menyelesaikan berbagai macam pekerjaan. berbagai proyek yang telah selesai, termasuk pengembangan ruko, home stay, dan properti. Selain itu,

mereka telah membuka sejumlah cabang yang akan terus berkembang dengan pelayanan pelanggan yang baik, menyediakan tempat belanja yang berangin, nyaman dan lengkap, serta menyediakan berbagai bahan bangunan.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan sebagai analisis penelitian studi kasus adalah pengambilan data secara langsung dilapangan, diantaranya :

1. Pendekatan pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung di kantor PT Putra Sejati cabang Batujajar Berkarya untuk memastikan kebenaran pokok bahasan yang diteliti dan mendokumentasikan hasilnya sesuai dengan fakta yang dikumpulkan.
2. Peneliti mengajukan pertanyaan lugas kepada pemangku kepentingan dalam sebuah wawancara.
3. Istilah "kuesioner" dapat merujuk pada berbagai format, termasuk daftar pertanyaan mengenai suatu isu atau bidang studi. Kuesioner dibagikan kepada responden yang merupakan pelanggan PT Putra Sejati untuk mengumpulkan data. Untuk mengukur bagaimana perasaan individu terhadap pertemuan sosial atau penyakit, peneliti sering kali menggunakan skala Likert.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Karyawan di PT Putra Sejati Berkarya (Kantor Cabang Batujajar)

1. Hasil Penelitian

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Laki - Laki | 23 | 46% |
| Perempuan | 27 | 54% |
| Total | 50 | 100% |

b. Usia

Tabel 4.2 Berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| < 20 Tahun | 3 | 6% |
| 20 - 30 Tahun | 32 | 64% |
| 30 - 40 Tahun | 2 | 4% |
| > 40 Tahun | 13 | 26% |
| Total | 50 | 100% |

c. Pendidikan

Tabel 4.3 Berdasarkan Pendidikan

| Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|------------|--------|------------|
| SD | 5 | 10% |
| SMP | 9 | 18% |
| SMA | 26 | 52% |
| Diploma | 1 | 2% |
| Sarjana | 9 | 18% |
| Total | 50 | 100% |

d. Pekerjaan

Tabel 4.4 Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah | Persentase |
|--------------------|--------|------------|
| Pelajar/mahasiswa | 23 | 46% |
| Pegawai Swasta | 4 | 8% |
| TNI/POLRI | 2 | 4% |
| PNS | 3 | 6% |
| Ibu Rumah Tangga | 7 | 14% |
| Buruh Harian Lepas | 8 | 16% |
| Wiraswasta | 3 | 6% |
| Total | 50 | 100% |

2. Gambaran Variabel

Menurut Gerson & Richard dalam Indri Tampanguma (2022:7-8) Kepuasan (*satisfaction*) pelanggan secara bahasa berasal dari bahasa latin, *satis* yang artinya cukup (*enough*) dan biasa juga berarti berbuat (*to do or make*). Maka, kepuasan dalam arti terhadap produk adalah apa yang menjadikan pelanggan merasa senang dan cukup dengan apa yang mereka peroleh atau merasa lebih dari apa yang mereka harapkan. Lawan dari kepuasan adalah ketidakpuasan (*dissatisfaction*), yang memiliki arti sebaliknya, yaitu pelanggan tidak merasa puas atas apa yang mereka peroleh. Tidak adanya kesesuaian antara apa yang diharapkan dengan apa yang didapatkan.

Seorang pelanggan dianggap puas ketika mereka merasa telah menerima nilai yang mereka bayarkan dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa menurut Irawan, dikutip dalam Sri Rejeki dan Dwi Budi, (2022:2). Produk, layanan, sistem, atau bahkan perasaan di alam mungkin menjadi sumber nilai. Kepuasan pelanggan tercapai ketika mereka menerima barang yang berkualitas tinggi, sesuai dengan definisi nilai mereka. Pelanggan akan puas jika layanan yang mereka terima benar-benar nyaman, apalagi jika nilai yang mereka peroleh adalah kenyamanan. Jika perusahaan menawarkan harga paling kompetitif, pelanggan akan senang karena nilai yang diterima rendah. Sebaliknya, jika nilai pelanggan ada pada pelayanan yang diterimanya, maka mereka harus bisa bersantai.

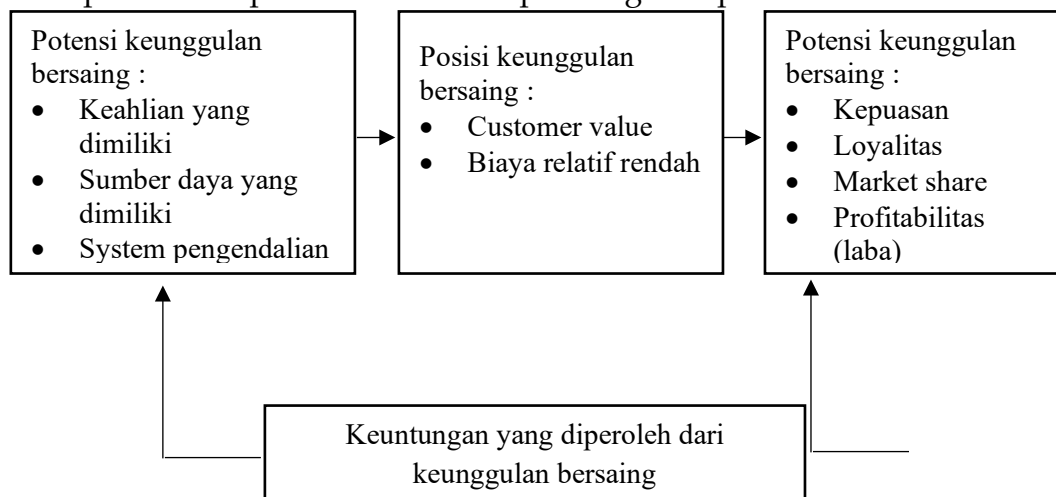
Penjelasan berdasarkan kepuasan Konsumen menilai suatu barang berdasarkan harapannya dan memenuhi atau tidaknya harapan tersebut. Harapannya terhadap kinerja produk lebih rendah daripada apa yang sebenarnya dia dapatkan saat membelinya. Pelanggan tidak akan senang jika ekspektasi lebih tinggi dari performa produk sebenarnya. Namun jika ekspektasinya terpenuhi, atau bahkan terlampaui, melalui kinerja produk, dia akan puas.

Dalam merencanakan dan melaksanakan administrasi kepada konsumen atau pelanggan, pelaku usaha harus tetap memperhatikan loyalitas, kata Aritonang dalam Nurhadi & Tiara (2023:219). Kepuasan pelanggan menyebabkan peningkatan loyalitas. Pelanggan merasa loyal ketika menerima pelayanan dan puas dengan administrasi yang diterimanya: jika tidak, mereka tidak puas. Pelanggan akan menilai pelayanan tidak memuaskan jika pelayanan dapat diterima.

Kinerja suatu perusahaan merupakan salah satu dari tiga faktor yang menentukan tingkat supremasinya di pasar. Pertimbangan ketiga adalah ini:

1. Potensi keunggulan bersaing
2. Keunggulan posisi bersaing (dibandingkan dengan kompetitor)
3. kinerja yang dihasilkan (hasil kinerja)

Berikut representasi hubungan kinerja dengan faktor lain yang berkontribusi terhadap kekuatan perusahaan dalam persaingan supremasi:



Seperti terlihat pada gambar di atas, manfaat lebih bersifat dinamis dan prosesnya dibandingkan hanya outputnya saja. Agar sebuah bisnis dianggap berkinerja pada puncaknya, ia harus memanfaatkan sumber dayanya sebaik mungkin untuk memaksimalkan keuntungan dari penjualan produk dibandingkan dengan harga pesaingnya. Peneliti berharap mereka menemukan produk yang hemat biaya dan sesuai. Selain itu, hal ini akan menghasilkan peningkatan pangsa pasar yang signifikan, tingkat kebahagiaan pelanggan yang tinggi, dan tingkat loyalitas yang tinggi. Hasilnya adalah keuntungan yang stabil bagi bisnis.

Tindakan yang menghasilkan peningkatan efisiensi penjualan meningkat, aktivitas meningkat, dan pelanggan mendapatkan lebih banyak manfaat dari perusahaan secara keseluruhan jika hal ini terus berada di bawah kendali semua calon dan posisi pesaing. Indikator kinerja pegawai berfungsi sebagai alat untuk mengukur besarnya prestasi yang dicapai seorang pegawai. Indikator untuk mengukur keberhasilan seorang karyawan adalah:

1. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness adalah keinginan untuk membantu pelanggan dan menawarkan layanan responsif. Dalam konteks pelayanan pelanggan, “daya tanggap” dapat mewakili beberapa hal, antara lain waktu reaksi yang cepat, inisiatif, dan perhatian karyawan saat membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Bisnis harus memberikan pemberitahuan pelanggan tertentu. Respon cepat juga bergantung pada faktor lain. Layanan pelanggan adalah prioritas utama bagi perusahaan ini. Harus selalu ada seseorang yang bertanggung jawab untuk menghubungi organisasi pelanggan, apa pun statusnya. Daya tanggap suatu pengaruh meningkat seiring dengan naiknya levelnya, dan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang mereka peroleh meningkat. Namun, yang terjadi justru sebaliknya kepuasan pelanggan menurun karena berkurangnya keandalan yang ditawarkan.

2. Keandalan (*Reability*)

Keandalan adalah cara yang tepat waktu, akurat, dan memuaskan untuk memberikan layanan yang dijanjikan. Oleh karena itu, bisnis tersebut telah memberikan layanannya dengan benar sejak awal. Selain itu, penting bagi organisasi untuk menepati janjinya, seperti memberikan layanan yang dijanjikan tepat waktu. Dalam aspek ini, pemasar menuntut penyediaan barang dan jasa yang dapat dipercaya. Barang dan jasa harus selalu berkualitas tinggi. Demi kepercayaan pelanggannya, perusahaan anggota harus berterus terang ketika menghadapi masalah. Selain itu, ketika membuat janji kepada konsumen, pemasar harus menggunakan kata-kata yang tepat. Perlu diingat bahwa sebuah janji bukan sekedar janji; itu harus dijaga. Jadi, untuk memperjelas, jadwal yang terencana sangatlah penting. Ada korelasi yang menguntungkan antara ketergantungan dan kepuasan konsumen. Pelanggan menikmati layanan berkualitas tinggi ketika ketergantungan berada pada tingkat yang tinggi. Sebaliknya, kepuasan konsumen rendah sebanding dengan jumlah keandalan yang dapat diterima.

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah keyakinan bahwa pekerja memiliki pengetahuan, kompeten, sopan, dan mampu melakukan pekerjaannya tanpa takut akan bahaya, ketidakpastian, atau risiko. Anggota perusahaan perlu meningkatkan kemampuan mereka pengetahuan dan kompetensi di bidangnya saat persaingan semakin memanas. Keramahan dan pengetahuan karyawan, serta kapasitas mereka untuk menyelesaikan tugas secara spontan dan efektif, menjamin kinerja tinggi, yang pada gilirannya menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada pelanggan. Dengan jaminan yang lebih tinggi maka akan muncul kualitas layanan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, ketidakpuasan pelanggan akan terjadi jika jaminan tidak memadai.

4. Empati (*Emphaty*)

Empati adalah efisiensi dalam berurusan dengan pelanggan, komunikasi yang jelas dan ringkas, perhatian individu, dan pemahaman akan kebutuhan mereka. Setiap perusahaan anggota harus dapat mengatur waktu mereka secara efisien sehingga mereka dapat dengan mudah dihubungi, baik melalui telepon atau secara langsung. Mencoba menjawab telepon tidak lebih dari tiga kali sebelum menyerah. Pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama karena saat ini jumlahnya sangat sedikit. Cobalah juga terlibat dalam percakapan tatap muka, sehingga dapat mengenal pelanggan lebih baik. Perusahaan anggota juga harus memiliki empati

terhadap pelanggannya, yang mungkin sama menuntutnya seperti balita atau berwatak lembut seperti orang lanjut usia. Untuk lebih memahami konsumennya, perusahaan anggota tidak boleh merasa "dikalahkan" atau ditekan untuk "mengkonfirmasi" pendapat pelanggannya. Sebaliknya, mereka harus berusaha menemukan titik temu dan menghindari konfrontasi. Pelanggan akan sangat menghargai perusahaan yang menunjukkan kepedulian dan kepedulian yang tulus terhadap mereka. Ada kemungkinan timbul masalah dan kesulitan, dan tingkat kepedulian dalam menyelesaikan masalah ini akan bergantung pada preferensi dan permintaan pelanggan. Tingkat empati individu mempunyai korelasi langsung dengan tingkat pelayanan yang mereka terima, oleh karena itu empati yang lebih besar berarti kebahagiaan pelanggan yang lebih baik. Di sisi lain, jika klien merasa semakin tidak diperhatikan, kesenangan mereka pasti akan terganggu.

5. Hal nyata (*Tangibles*)

Tangibles meliputi fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan fasilitas komunikasi. Gedung dan ruangan, meja depan, tempat parkir, kesuksesan, kebersihan, kenyamanan ruangan, peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan merupakan aspek-aspek fisik institusi yang mungkin terkena dampak topik ini. Bisnis yang bertanggung jawab atas operasi juga harus mengawasi infrastruktur relevan yang berinteraksi dengan pelanggan mereka. Struktur indah dengan fasilitas canggih, seperti sistem pengatur suhu, peralatan telekomunikasi mutakhir, perabot kantor berkualitas tinggi, dll., semuanya diperhitungkan saat klien melakukan pembelian. Karena jasa tidak berwujud sehingga tidak dapat dirasakan secara fisik, maka jasa berwujud merupakan komponen penting untuk mengukurnya. Penampilan fisik, karyawan, dan komunikasi semuanya akan berkontribusi pada pengalaman layanan secara keseluruhan dengan cara yang unik. Semakin banyak bukti nyata yang diterima berarti semakin tinggi kualitas layanan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun jika pembeli memiliki kesan negatif terhadap bukti fisik, mereka juga akan merasa tidak puas.

3. Hasil Pengolahan Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov

**Tabel 4.5 Uji Normalitas Kolmogorov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Residu Tidak Terstandar |
|----------------------------------|--------------|----------------------------|
| N | | 50 |
| Parameter Normal ^{a, b} | Berarti | .0000000 |
| | Std. Deviasi | 2.77546698 |
| Perbedaan Paling Ekstrim | Mutlak | .133 |
| | Positif | .101 |
| | Negatif | -.133 |
| Tes Statistik | | .133 |
| Asymp . tanda tangan. (2-ekor) | | 0,027 ^c |

- A. Distribusi tes Normal.
- B. Dihitung dari data.
- C. Koreksi Signifikansi Lilliefors.

Data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai residu mengikuti distribusi normal dari hasil uji normalitas, karena nilai signifikansi yang diketahui adalah $0,27 > 0,05$.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4.1 Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-------|-------|--------------|--------|-------|--------------|-------|
| Model | | | | Standardized | t | Sig. | Collinearity | |
| | | | | Coefficients | | | Statistics | |
| | | | | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.286 | 1.285 | | 2.556 | 0.014 | | |
| | Kepuasan_Pelanggan | 1.980 | 0.119 | 0.923 | 16.650 | 0.000 | 1.000 | 1.000 |

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Tabel 4.2 Uji Multikolinearitas

| Collinearity Diagnostics ^a | | | | | | |
|---------------------------------------|---|------------|-----------------|----------------------|--------------------|--|
| Model | | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | |
| | | | | (Constant) | Kepuasan_Pelanggan | |
| 1 | 1 | 1.951 | 1.000 | 0.02 | 0.02 | |
| | 2 | 0.049 | 6.323 | 0.98 | 0.98 | |

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan >0.10 artinya berdasarkan nilai tolerance maka indikasinya tidak terjadi gejala multikolinearitas. Selanjutnya dari hasil nilai VIF 1.000 dimana nilai ini <10.00 maka artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.3 Uji Heteroskedastisitas

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-------|-------|--------------|-------|-------|
| Model | | | | Standardized | t | Sig. |
| | | | | Coefficients | | |
| | | | | Beta | | |
| 1 | (Constant) | - | 0.077 | | - | 0.859 |
| | Kepuasan_Pelanggan | 0.014 | 0.033 | 0.185 | 1.308 | 0.197 |

a. Dependent Variable: AbsRes2

Hasil Pengolahan

| Variabel | Sig | Kesimpulan |
|----------|--------------|-----------------------------------|
| X | 0,197 > 0,05 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |

Dimana X (Kepuasan Pelanggan) dengan hasil sig. 0,197 > 0,05

b. Uji Regresi

1) Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.9 Regresi Linier Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-------|-------|--------------|--------|-------|
| Model | | | | Standardized | t | Sig. |
| | | | | Coefficients | | |
| | | | | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.286 | 1.285 | | 2.556 | 0.014 |
| | Kepuasan_Pelanggan | 1.980 | 0.119 | 0.923 | 16.650 | 0.000 |

a. Dependent Variable: Kinerja_Karyawan

Diketahui mempunyai nilai konstanta (a) sebesar 3,286 dan nilai kepuasan (b/koeffisien regresi) sebesar 1,980. untuk tujuan penulisan:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3.286 + 1.980X$$

Kesetaraan yang dapat diterjemahkan :

1. Nilai a sebesar 3.286 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel kinerja karyawan
2. Koeffisien regresi X sebesar 1.980 menyatakan bahwa setiap perubahan 1% nilai kepuasan pelanggan, maka nilai kinerja karyawan bertambah 1.980. koeffisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pengambilan Keputusan dalam Uji Regresi Linier Sederhana

1. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel Kinerja karyawan (Y) karena signifikansi tanda yang diperoleh dari tabel koeffisien adalah 0,000 < 0,05.

c. Uji Korelasi

1) Uji Korelasi Pearson

Tabel 4. 4Uji Korelasi Pearson

| Correlations | | | |
|--------------------|---------------------|--------------------|------------------|
| | | Kepuasan_Pelanggan | Kinerja_Karyawan |
| Kepuasan_Pelanggan | Pearson Correlation | 1 | .923** |
| | Sig. (2-tailed) | | 0.000 |
| | N | 50 | 50 |
| Kinerja_Karyawan | Pearson Correlation | .923** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.000 | |
| | N | 50 | 50 |

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

Nilai menunjukkan signifikansi untuk hubungan antara kepuasan pelanggan dan kinerja karyawan sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel jika nilai tersebut kurang dari 0,05. Selanjutnya derajat hubungan dari yang sudah dijelaskan sebelumnya bisa dilihat nilai *pearson correlation* nya sebesar 0,923 kalau dirujuk kepedoman yang sudah dijelaskan sebelumnya berarti tingkat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kinerja karyawan hubungannya korelasi "sangat kuat" serta dapat disimpulkan bahwa arah hubungan kepuasan pelanggan dengan kinerja karyawan berhubungan secara positif terhadap kepuasan pasien dengan derajat hubungan korelasi sangat kuat.

d. Uji Determinasi

Tabel 4. 5 Uji determinasi

| Model Summary | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .923 ^a | 0.852 | 0.849 | 2.804 |
| a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Pelanggan | | | | |

Dengan nilai *adjust R-squared* sebesar 0,849 maka data menunjukkan PT Putra Sejati Berkarya Pelanggan Kantor Cabang Batujajar merasa sangat puas sebesar 84,9% terhadap pelayanan yang didapat.

4. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Dasar Pengambilan Keputusan

1. Jika nilai sig < 0,05 atau tanda $t_{hitung} > t_{tabel}$ variabel X mempengaruhi variabel Y dalam beberapa hal.
2. Jika nilai sig > nilai 0,05 $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka X tidak mempengaruhi Y sama sekali.

Nilai tanda tangan. <0,05

Nilai t hitung > t tabel

T tabel = t (a/2 : n-k-1)

a = 5% = t (0,05/2 : 50-2-1)

= 0,025 : 47

= 2.011

Variabel X terhadap Y

Tabel 4. 6 Uji T X Terhadap Y

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---|--------------------|-------|-------|--------------|--------|-------|
| Model | | | | Standardized | t | Sig. |
| | | | | Coefficients | | |
| | | | | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.286 | 1.285 | | 2.556 | 0.014 |
| | Kepuasan_Pelanggan | 1.980 | 0.119 | 0.923 | 16.650 | 0.000 |
| a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan | | | | | | |

Nilai tanda tangan. $0,001 < 0,05$

nilai t hitung sebesar $16,650 > t$ tabel $2,011$

Dari dasar pengambilan keputusan ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai sig pada *output* sebesar $0.000 < 0.05$ maka Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Kinerja karyawan.
2. Nilai t hitung pada *output* di atas adalah sebesar $16,650$ yang berarti nilai t hitung $> t$ tabel Oleh karena itu, wajar jika diasumsikan secara parsial variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

b. Uji F

Dasar Pengambilan Keputusan

1. Jika nilai sig $< 0,05$ atau tanda $t_{hitung} > t_{tabel}$ variabel X mempengaruhi variabel Y dalam beberapa hal.
2. Jika nilai sig $> 0,05$ $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka X tidak mempengaruhi Y sama sekali.

F-tabel = F (k-1: nk)

a = 5% = F (2- 1 : 50-2)

= 1 : 48

= 4,04

Nilai sign. $< 0,05$

Nilai f terhitung $>$ tabel f

Tabel 4. 7 Uji F X Terhadap Y

ANOVA ^a

| Model | | Jumlah Kuadrat | df | Berarti Persegi | F | tanda tangan. |
|-------|---------|----------------|----|-----------------|---------|---------------|
| 1 | Regresi | 2180.062 | 1 | 2180.062 | 277.231 | .000b |
| | Sisa | 377.458 | 48 | 7.864 | | |
| | Total | 2557.520 | 49 | | | |

A. Variabel Dependen: Kinerja_Karyawan

B. Prediktor: (Konstan), Kepuasan_Pelanggan

Uji X terhadap Y

Nilai sig $0,000 < 0,05$

nilai f hitung sebesar $277,231 >$ nilai f tabel $4,04$

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai sig pada *output* pada sebesar $0,000 < 0,05$ Dengan demikian terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan.
2. Kita dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan karena nilai t yang dihitung pada output di atas adalah $277,231$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel.

SIMPULAN

Kepuasan pelanggan mempunyai dampak signifikan terhadap kinerja karyawan. Menurut temuan penelitian kinerja karyawan PT Putra Sejati Berkarya di Batujajar sangat baik.

Berdasarkan data uji determinasi dimana nilai *adjust R* menunjukkan bahwa 84,9% dengan kategori “sangat puas” dari semua indikator dengan dimensi loyalitas dan perasaan senang yang dirasakan pelanggan dengan pelayanan dan kinerja karyawan yang baik dari semua indikator dengan dimensi memiliki kinerja yang baik *Tangibles* (hal nyata), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati).

Berdasarkan data dengan uji T dimana nilai *t* hitung sebesar 16.650 dan *t* tabel sebesar 2.011 yang artinya nilai *t* hitung > *t* tabel maka dapat disimpulkan H_a disetujui dan H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan. Demikian dengan uji F dimana Nilai *f* hitung sebesar 277.231 dan *f* tabel sebesar 4.04 yang artinya nilai *f* hitung > *f* tabel maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan.

Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk membina kemitraan jangka panjang dan memastikan loyalitas pelanggan. Untuk bersaing di pasar kontraktor sektor jasa industri yang sangat ketat, penting untuk menunjukkan kepada pelanggan bahwa karyawan Anda dapat memenuhi harapan mereka melalui layanan yang mereka berikan.

Referensi :

Jurnal :

- Anuraga, G. (2021). PELATIHAN PENGUJIAN HIPOTESIS STATISTIKA DASAR . *Jurnal BUDIMAS*, 328-329.
- Arman. (2019). Sistem Informasi Pengolahan Data Penduduk Nagari Tanjung Lolo, Kecamatan Tanjung Gadang, Kabupaten Sijunjung. *Jurnal Edik Informatika*, 163-170.
- Bano Renyarosari Seran, Elia Sundari, & Muinah Fadhila. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Kepuasan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 206-211.
- Devy Arisandi, Atifah Thahah, & Chusnah. (2019). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 97.
- Kaengke, B. L., Tumbel, T., & olivia Walingitan. (2022). Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 272.
- Mahanum. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *Journal Of Education*, 1-12.
- Meylani, T., & Mujid, A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SATE SEAFOOD SENAYAN KEBON SIRIH. *Jurnal Culinaria*, 2-5.
- Manshur. (2019). Kajian teori formalisme dan strukturalisme. *SASDAYA: Gadjah Mada Journal Of Humanities*, 79-93.
- Sri Rejeki, & Dwi Budi Srisulistiawati. (2022). MODEL KEPUASAN DOSEN DALAM PELAYANAN ADMINISTRASI DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2.
- Tampanguma, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7-8.
- Tiara, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 219.

Wayan , W., & Made, S. (2020). PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DALAM SKRIPSI MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 413.

Yonathan, a. P. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Layanan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK. *Journal of economy*, 329-330

Buku :

Aceng Kurniawan, S., Riyan Haditya, S., & Yuni Dwi Lestari, S. (2023). *Panduan Penyusunan Penelitian Ilmiah Program Studi Manajemen S1*. Bandung: Universitas Teknologi Digital.

Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: CV Budi Utama.

Randi. (2018). *Teori Penelitian Terdahulu*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.

Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.

Tjiptono Fandy, & Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Web :

Graph, M. T. (2023, Agustus 18). *Pengujian Hipotesis Metode dan Prinsip*. Retrieved from Blog Mind The Graph: <https://mindthegraph.com/blog/id/pengujian-hipotesis/>